

20 lat Godła „Teraz Polska” KWAŚNIEWSKI, ORŁOWSKI, SKARŻYŃSKI, OWSIAK

02/2012

www.terazpolska.pl

Teraz Polska:

Kreatywna Polska / Nowoczesny Biznes / Zrównoważony Rozwój / Edukacja

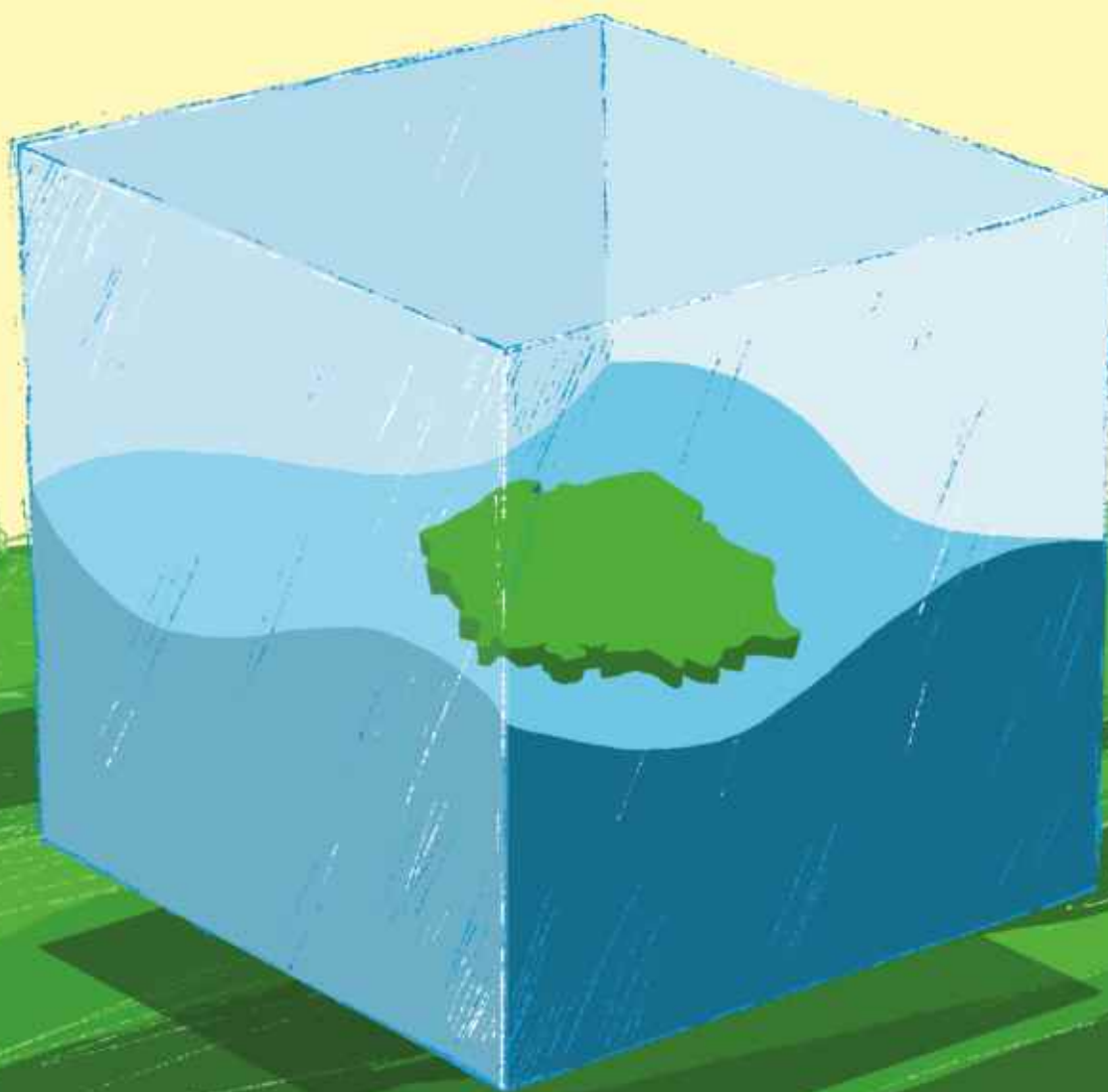
Magazyn
Fundacji
Polskiego
Godła
Promocyjnego



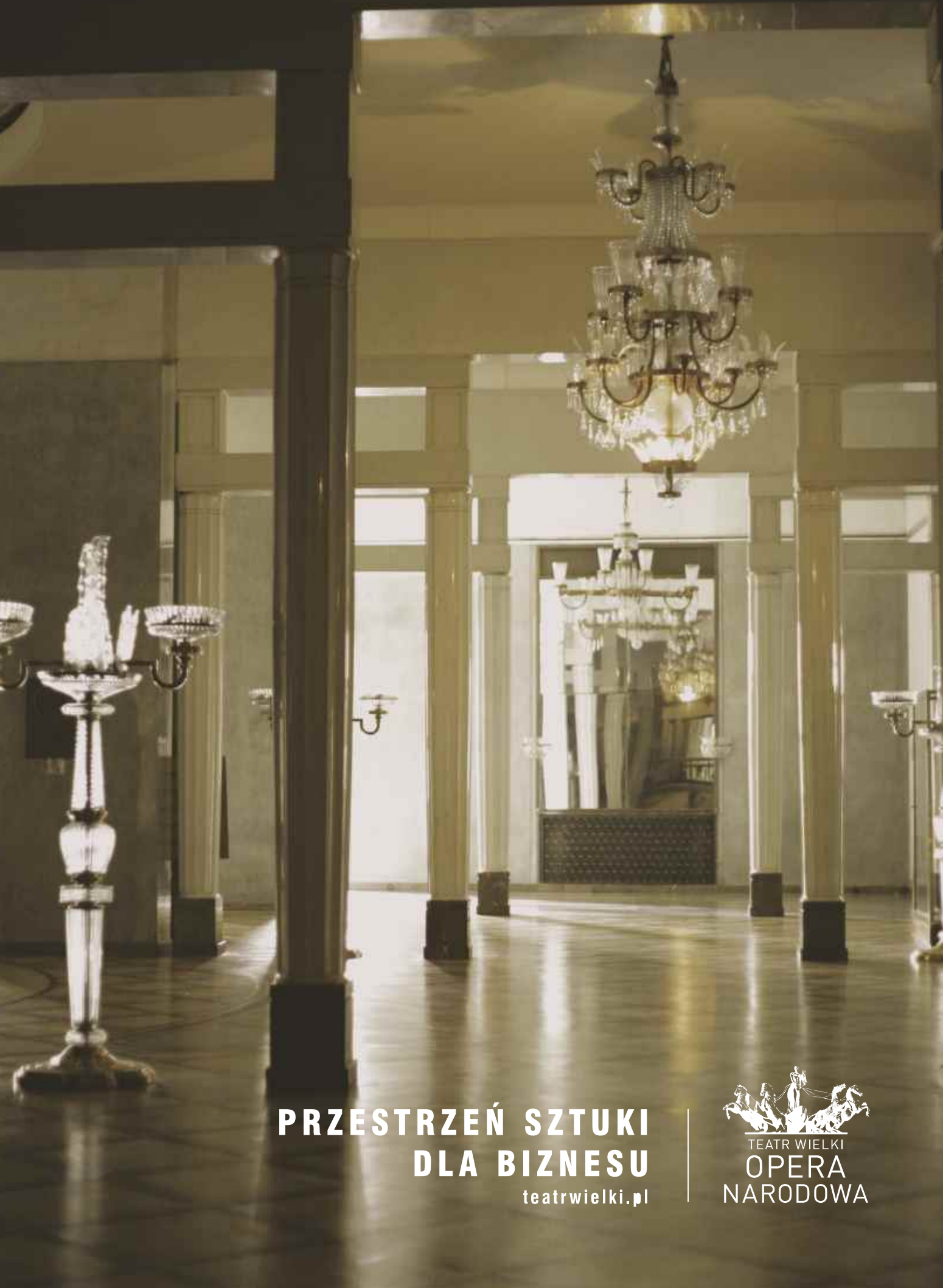
TERAZ POLSKA



ISSN 2299-1395



Art. P. Błowski



**PRZESTRZEŃ SZTUKI
DLA BIZNESU**
teatr wielki.pl



„Piękny dwudziestoletni”



Czy można sobie wyobrazić, że nie istnieje konkurs „Teraz Polska”?

Wiele lat temu redaktor sportowy Zdzisław Ambroziak powiedział na temat Piotra Gruszki, jednego z najlepszych polskich siatkarzy, reprezentanta kraju, że gdyby nie istniał, trzeba by go wymyślić. Dlaczego przywołuję siatkarza, chociaż o wielu tak mówiono? Bo Profesjonalna Liga Piłki Siatkowej S.A. także należy do grona laureatów konkursu „Teraz Polska”. Wielu fanów siatkówki przyjęło to z ogromnym entuzjazmem.

Konkurs ma dwadzieścia lat. Dwadzieścia lat funkcjonowania w naszej dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości to nie lada wyczyn. W tym czasie zmieniło się bardzo wiele. Z państwa mozolnie budującego wolny rynek i zmagającego się z wieloma trudnościami staliśmy się jednym z bardziej dynamicznych europejskich krajów. Staliśmy się członkiem OECD, Światowej Organizacji Handlu, NATO i Unii Europejskiej.

Nowe wyzwania i nauka mechanizmów rynkowych wymagały wsparcia rozpoznawalnego znaku wysokiej, polskiej jakości. Tak powstał konkurs „Teraz Polska”. Co roku przyznawaliśmy wielu produktom polskie godło promocyjne. Konkurs się rozszerzał, rozrastał... Godłem „Teraz Polska” honorujemy obecnie nie tylko produkty, ale także usługi, gminy, wyroby lokalne i innowacyjne przedsięwzięcia. Mamy ponad 500 laureatów.

Dzisiaj, kiedy możemy już autostradą przejechać z Warszawy do Berlina, a system bankowy w Polsce jest jednym z najnowocześniejszych w Europie, Polacy inwestują za granicą, mamy konkurencyjne produkty, nasi naukowcy mogą pracować w nowoczesnych laboratoriach, a siatkarze brylują na parkietach świata, Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska” intensyfikuje swoje działania, angażując do budowy wizerunku i promocji Polski kolejne osoby, organizacje i firmy.

„Stary-młody”, ale ciągle „piękny dwudziestoletni” bohater ma już braci i siostry – kolejne konkursy, projekty i przedsięwzięcia. Nadal się rozwijamy i życząc nam wszystkim, zaangażowanym w te działania, dużo siły, wytrwałości i odwagi w podejmowaniu nowych wyzwań.

Po prostu – gdyby dzisiaj nie istniał konkurs „Teraz Polska”, trzeba byłoby go wymyślić.

Krzysztof Przybył

Redaktor Naczelny
Prezes Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska”



6	20 lat „Teraz Polska”
6	Teraz Polska... i to coraz bardziej! Prof. Witold M. Orłowski
10	Historia konkursu „Teraz Polska”
12	Teraz Polska – new engine of Europe Z Prezydentem RP w latach 1995–2005 Aleksandrem Kwaśniewskim rozmawia Kamil Broszko
18	Teraz polska jakość idzie w świat
19	Lista laureatów XXII edycji konkursu „Teraz Polska” – produkty, usługi, innowacje, gminy
22	Wydarzenia
24	Kalendarium
26	Gospodarka
26	Teraz Polska podbija Chiny
28	Najpierw był hymn, a później Godło „Teraz Polska”
30	XXIII edycja konkursu „Teraz Polska” rozpoczęta
32	Polacy
32	Polska to ciągle kraj niezwykłych możliwości Z Jerzym Starakiem, właścicielem Polpharmy, rozmawia Adam Mikołajczyk
34	Świat zazdrości nam emocji Z Jurkiem Owsiakiem, założycielem Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, rozmawia Kamil Broszko
36	Profesor Wiesław L. Nowiński
38	Obudzić nadzieję Rozmowa z prof. Henrykiem Skarżyńskim
40	Ikona plakatu Sylwetka Andrzeja Pągowskiego
42	Idee
42	Teraz Polska innowacyjna Prof. Wiesław L. Nowiński
44	Zegar pulsarowy – od idei do wdrożenia Z Grzegorzem Szychlińskim z Muzeum Historycznego Miasta Gdańska rozmawia Adam Mikołajczyk
46	Polska architektura to nie tylko Makabry(ty) Z Agnieszką Rumińską z serwisu internetowego Bryła.pl rozmawia Adam Mikołajczyk
50	Regiony
50	Euro-Polska, Euro-miasta Jarosław Górski
54	Ukraina po Euro 2012 Weronika Griszel
56	Białtów – questing z dinozaurem w tle
58	Felieton
58	Adam Szejnfeld
59	Robert Gwiazdowski
60	Gala „Teraz Polska” 2012 – fotoreportaż

Magazyn TERAZ POLSKA

Redaktor Naczelny: Krzysztof Przybył

Redaktor Prowadzący: Adam Mikołajczyk

Redakcja: Kamil Broszko, Marzena Tataj

Felietoniści: Robert Gwiazdowski, Adam Szejnfeld

Projekt okładki: Andrzej Pągowski

Adres Redakcji:

ul. Górskiego 1, 00-033 Warszawa,

tel. 222012690,

mail: a.mikolajczyk@terazpolska.pl,

www.terazpolska.pl

Wydawca

Fundacja Best Place - Europejski Instytut Marketingu Miejsc
na zlecenie Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska”
www.bestplaceinstitute.org

Projekt graficzny i skład: Tamburyn www.tamburyn.eu

Korekta: Kamil Broszko

Zdjęcia: materiały własne fundacji i partnerów, Kamil Broszko (str. 12, 15),
www.patriarchia.ru (str.22), Selena FM SA (str. 26, 27), Grupa Żywiec SA (str. 28, 29),
Polpharma SA (str. 32), Andrzej Pągowski (str. 40, 41), Muzeum Historyczne Miasta Gdańska (str. 44, 45),
www.wroclawnowyglowny.pl (str. 51), Weronika Griszel (str.54), www.jurapark.pl (str.56, 57),
www.fotolia.pl, www.pl.wikipedia.org, KWK Promes, Maćków Pracownia Projektowa,
Ingarden & Ewy Architects, pracownia BETON

Druk: Miller Druk Sp. z o.o. www.m-druk.pl



**TERAZ POLSKA
PROMOCJA**
konkurs prac magisterskich

VI edycja 2012 rok

Konkurs „Teraz Polska Promocja”

Na najlepszą pracę magisterską
dotyczącą promocji
Polski



publikacje
nagrody pieniężne

Termin nadsyłania prac – 15 października 2012

Fundatorzy nagród głównych: **PAIiZ, PARP, POT**

Szczegółowe informacje o konkursie: www.terazpolska.pl

ORGANIZATORZY:



PARTNERZY:



PARTNERZY HONOROWI:





Teraz Polska...! i to coraz bardziej!



Prof. Witold M. Orłowski

Historia znaku promocyjnego „Teraz Polska” to w jakiejś mierze odbicie 20 lat historii rozwoju polskiej gospodarki. Znak pojawił się wówczas, gdy polskie firmy były nieefektywne i źle zarządzane, polska myśl techniczna zamierała, a polskie produkty nie wytrzymywały konkurencji z importowanymi. Problem tkwił nie tylko w muzealnych urządzeniach, niezgodnym z duchem czasu wzornictwem, archaicznej organizacji pracy i przestarzałych metodach zarządzania, ale przede wszystkim w głowach. Długotrwała agonia gospodarki komunistycznej, a potem dramatyczne zderzenie z wolnym rynkiem spowodowały, że Polacy w ogóle przestali wierzyć, że można w naszym kraju wytwarzać wysokiej jakości towary i realizować nowoczesne usługi. Kolorowy import wypierał ze sklepów siermiężne wyroby krajowego przemysłu, a nowo powstająca przedsiębiorczość

koncentrowała się głównie na handlu sprowadzanymi z zagranicy nowościami. Mogło się wydawać, że już nigdy polskie towary nie będą w stanie konkurować z obcymi, ani w kraju, ani tym bardziej za granicą. Czy na początku transformacji było do wyobrażenia, że po 20 latach polski eksport będzie przekraczał 200 miliardów dolarów? Pewnie nie, bo wówczas nasz eksport był 16 razy mniejszy, a co gorsza – skoncentrowany na surowcach i prostych półproduktach. Czy było do wyobrażenia, że Polacy na nowo pokochają wiele wytwarzanych w kraju produktów i uznają je za lepsze od zagranicznych? Wtedy nic na to nie wskazywało.

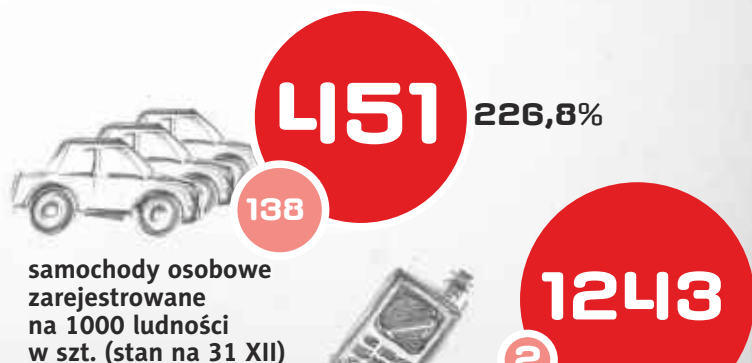
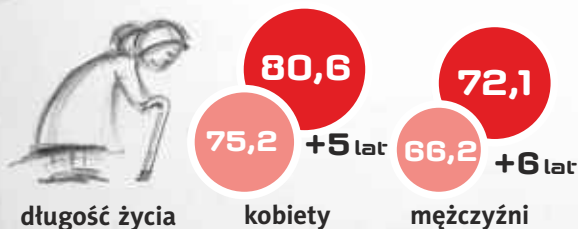
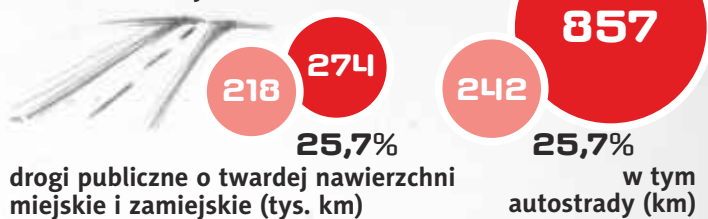
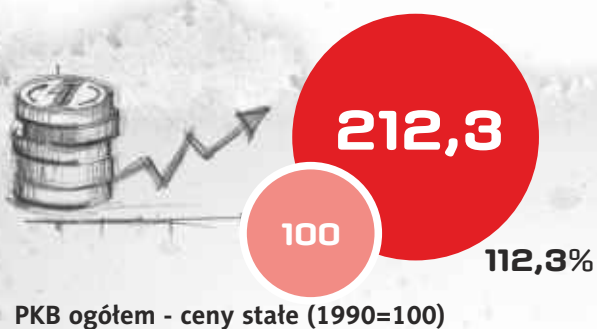
Trudne początki

Kiedy w 1991 roku powstawała koncepcja stworzenia polskiego znaku promocyjnego, a na początku roku 1992 pojawiły się magiczne słowa „Teraz Polska”, nasza gospodarka naprawdę wyglądała zupełnie inaczej niż dziś. Od wielu miesięcy trwała trudna transformacja, która miała doprowadzić do powstania w naszym kraju nowoczesnej gospodarki rynkowej. Zadanie okazało się jednak znacznie trudniejsze i bardziej bolesne, niż początkowo sądzono.

Uczciwa ocena tego, co stało się na początku lat 90., wymaga przypomnienia sobie wydarzeń wcześniejszej dekady. Od kryzysu zadłużeniowego w roku 1980 centralne planowanie pozostało już tylko frazesem – nikt niczego nie był w stanie planować. W lata 90. wkraczaliśmy jako finansowy bankrut, od 10 lat nie płacący nawet odsetek od swojego zagranicznego zadłużenia. Odcięta od zagranicznych kredytów gospodarka nie była w stanie wygenerować środków na najbardziej niezbędny import. Jednocześnie kompletnej dezorganizacji uległa biurokracja gospodarcza, niezdolna do poradzenia sobie z trudną sytuacją, a nieśmiałe próby połowicznych reform nie przynosiły efektów. Złoty, jeśli w ogóle kiedykolwiek w historii gospodarki komunistycznej w Polsce miał jakąś realną wartość, w końcu lat 80. stał się już tylko rodzajem bonu towarowego bez pokrycia. A jednocześnie polski sektor prywatny skazany był nadal na działalność marginalną, wypełniając tylko nisze rynkowe tworzone przez skrajną nieefektywność firm państwowych. Kiedy wreszcie pojawił się naprawdę wolny rynek, okazało się,

że spora część powstałych w latach 80. małych firm prywatnych nie wytrzymała prawdziwej konkurencji i upadła. Nic jednak nie zdołało zaćmić nokautu, jakiego doznały już w pierwszej rundzie starcia z wolnym rynkiem firmy państwowe. Kiedy w wyniku pakietu działań liberalizacyjnych ze stycznia 1990 granice zostały otwarte, złoty stał się wymienny, ceny uwolnione, a kolejki po towary zlikwidowane, kraj zalała fala przewożonych pociągami z Berlina Zachodniego towarów. Polscy konsumenci w 1990 roku byli rozpaczliwie ubodzy, a importowane produkty – choć tańsze niż w latach 80. – nadal bardzo drogie. Mimo to przed krajowym przemysłem stanęło widmo śmierci – w większej części po prostu nie był on w stanie produkować towarów, które chcieliby kupować klienci. Kiedy dodatkowo w roku 1991 zniknął rynek zbytu, tworzony przez sztucznie utrzymywany handel krajów RWPG, rzeczywiście mogło się wydawać, że polskie wyroby będzie można już wkrótce znaleźć tylko w muzeum, a określenie „Made in Poland” będzie równie martwe, jak egipskie hieroglify. I właśnie wtedy, gdy polska produkcja toczyła najcięższą walkę o przetrwanie, pojawił się pomysł Godła Promocyjnego

„Teraz Polska”. Do boju o odrodzenie prestiżu polskiej marki stanęli najpierw wypróbowani przez pokolenia sojusznicy – laureatami pierwszych edycji konkursu były m.in.: torcik wafłowy Wedla, patelnie z Olkusza, wafelki Prince Polo, „eksportowe” piwo z Żywca (przez lata przedmiot westchnień Polaków, korzystających z niego głównie – jak nazwa wskazuje – za pośrednictwem „eksportu wewnętrznego”, czyli sklepów walutowych). Szybko okazało się jednak, że w gospodarce dzieje się więcej dobrego, niż można było sądzić, patrząc na królujący na półkach sklepowych import. Poza tradycyjnymi wyrobami szybko pojawiły się nowe, najwyraźniej zdolne do konkurencji. Choćby nagrodzony w drugiej edycji śmigłowiec Sokół – pierwszy zwiastun odrodzenia polskiego przemysłu lotniczego, a także – co ciekawe – proszek do prania Pollena 2000, wart odnotowania nie tyle z powodu własności czyszczących, ale raczej towarzyszącej mu kampanii reklamowej. Chyba po raz pierwszy zamiast skrętnie ukrywać polskie pochodzenie produktu, zaczęto się nim chwalić, wykorzystując w tym celu bohaterów z Sienkiewiczowskiego „Potopu”.



rocznik statystyczny 1991, 2011,
http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/lud_trwanie_zycia_2010.pdf,
http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/oz_maly_rocznik_statystyczny_2012.pdf,
http://www.stat.gov.pl/gus/5840_1630_PLK_HTML.htm, GDDKiA, Wikipedia,
http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/f_polska_w_liczbach_2012.pdf,
http://biurosejmu.gov.pl/teksty_pdf_94/i-212.pdf,
http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/RS_rocznik_stat_miedzynarodowy_2012.pdf,
http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/rs_rocznik_statystyczny_handlu_zagranicznego_2011.pdf



Sukces transformacji

Po pierwszym szoku, który z pewnością można określić mianem czasów twórczej destrukcji, gospodarka zaczęła coraz bardziej przyspieszać, osiągając już w połowie lat 90. spektakularny sukces. Na początku z pewnym wahaniem, potem z coraz większym przekonaniem zaczęliśmy podejrzewać, że Polacy są narodem przedsiębiorców. Kiedy tylko osiągnęliśmy porozumienie w sprawie uregulowania problemu starego zadłużenia zagranicznego, do kraju popłynęła też wartkim strumieniem struga nowych kapitałów. Strumień szybko zamienił się w wielomiliardową rzekę zagranicznych inwestycji. Gwałtownie przyspieszyły procesy modernizacyjne. Radykalnej poprawie ulegało niemal wszystko: efektywność, nowoczesność, struktura produkcji, konkurencyjność, stopień otwartości. Jeśli na początku lat 90. większość eksportu stanowiły jeszcze ciągle produkty tradycyjne, surowce i sprzedawane pod obcą marką najtańsze towary przemysłowe, to już w końcu dekady największym polskim eksporterem stał się przemysł motoryzacyjny, a nowoczesne fabryki należące do światowych koncernów stały się jedną z głównych sił napędowych gospodarki. Jeśli na początku dekady kraj znajdował się na absolutnych peryferiach globalizacji, z czasem weszliśmy na drogę coraz bardziej udanej integracji i rosnącej konkurencyjności. Nawet jeżeli nie był to jeszcze koniec kłopotów, a na początku XXI wieku kraj czekał jeszcze okres recesji i bolesnej drugiej fali restrukturyzacji przedsiębiorstw, coraz bardziej jasne było, że droga obrona na początku lat 90. prowadzi w stronę modernizacji, zmniejszania luki technologicznej i stopniowej budowy dobrobytu.

Widoczne było również odbicie tego procesu w galerii laureatów konkursu „Teraz Polska”. Pojawiały się w niej nowe wyroby i nowi producenci, zarówno ci o korzeniach krajowych, jak stworzeni od podstaw przez zagranicznych inwestorów. Obok tradycyjnych produktów przemysłowych, takich jak paliwa i oleje Orlenu czy Lotosu, sprzęt budowlany ze Stalowej Woli czy tokarki Rafametu, coraz częściej zaczęły pojawiać się nowe polskie specjalności produkcyjne i eksportowe: sprzęt AGD Zelmer, Amica czy Wrozet, meble Kler i Swarzędz, okna Fakro i Stolbudu, materiały budowlane Atlas.

Sukces... i dalsze kłopoty

Ścieżka rozwoju, która w ciągu ostatnich lat uczyniła z Polski najbardziej dynamiczny kraj kontynentu, nie byłaby możliwa bez akcesji do Unii Europejskiej. Polska przystąpiła do Unii w maju 2004 roku, symbolicznie kończąc ciągnący się od ponad pół wieku podział kontynentu na Europę „lepszą” – szybciej się rozwijającą i zapewniającą wysoki standard życia obywateli – i „gorszą” – leżącą na wschód od żelaznej kurtyny. Przystąpienie do Unii oznaczało również ukoronowanie i zakończenie procesu transformacji. W wyniku kilkunastoletnich reform powstała w naszym kraju sprawnie działająca gospodarka rynkowa. Gospodarka nie tylko zdolna do szybkiego rozwoju w latach 2004–2008, gdy na świecie panowała dobra koniunktura, ale również do skutecznego stawienia czoła wyzwaniom stworzonym przez globalny kryzys

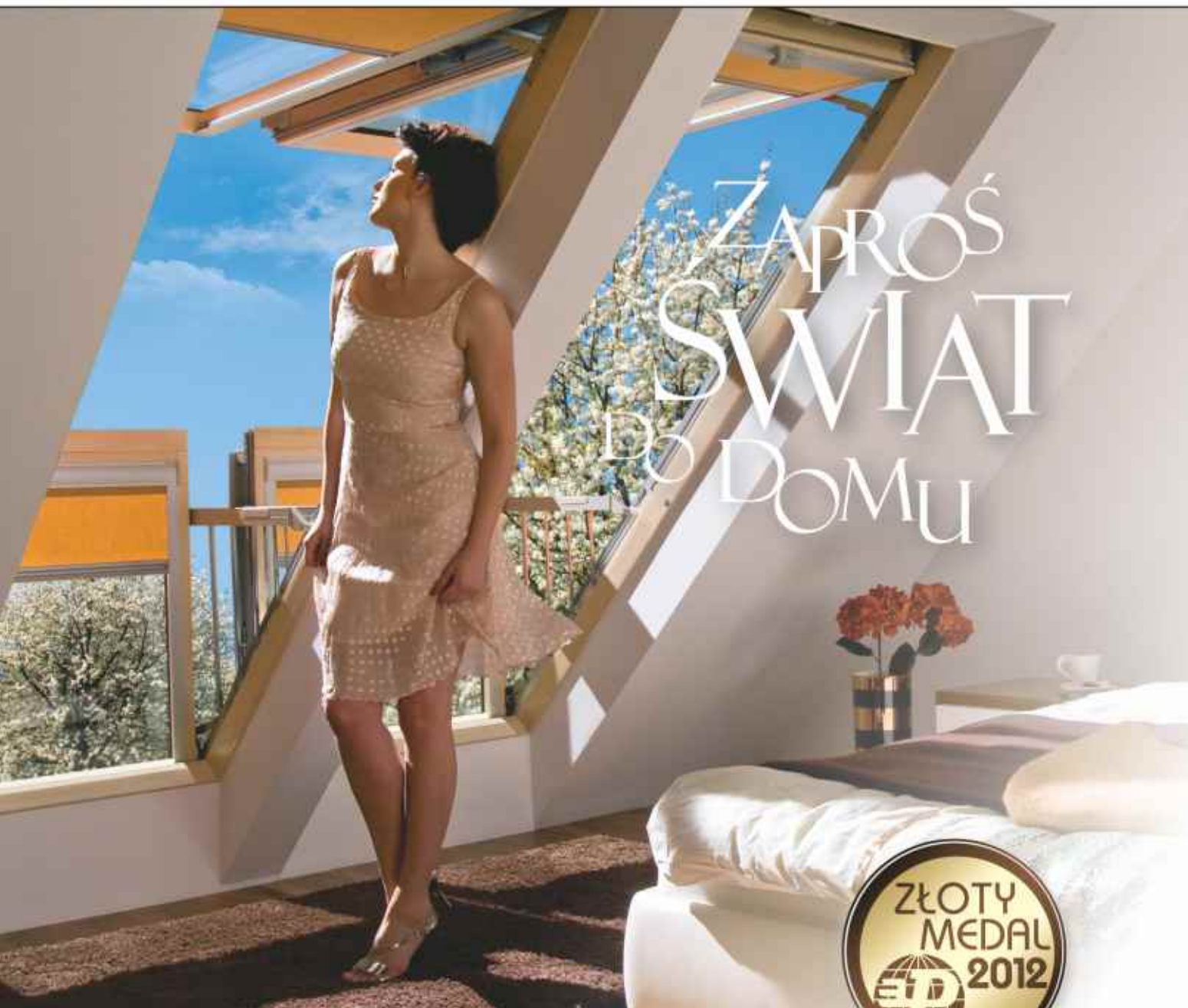
finansowy. Szybsze tempo rozwoju w porównaniu z Europą Zachodnią spowodowało, że PKB na głowę mieszkańca Polski wzrósł z 43 proc. poziomu obserwowanego w krajach „starej” Unii w roku 2003 do 50 proc. w roku 2008 i 60 proc. obecnie. Droga do gospodarczego jądra świata jest jeszcze daleka, liczona w dziesiątkach lat, ale jej kierunek jest chyba przesądzony. Wymaga jednak dalszych zmian i dalszych reform, zdolnych uczynić z Polski kraj bardziej innowacyjny, którego rozwój w większym stopniu oparty jest na wiedzy, nowych technologiach i usługach o wysokiej wartości dodanej.

I takie właśnie produkty zaczynają pojawiać się obecnie wśród laureatów konkursu „Teraz Polska”. Tradycyjnym – ale sprzedawanym z coraz wyższą marżą – alkoholem i produktom spożywczym (choćby oscypkowi) towarzyszą coraz częściej zaawansowane systemy informatyczne, nowe usługi finansowe, oryginalne technologie i usługi telekomunikacyjne.

Mimo wielu czekających jeszcze na rozwiązanie problemów, minione 20 lat jest niewątpliwie okresem, w którym Polska doświadczyła ogromnych, korzystnych zmian gospodarczych. Zbudowane zostały podstawy, na których możliwy będzie szybki rozwój w nadchodzących dekadach. Polska gospodarka została zmodernizowana, wzmocniona, ustabilizowana, przygotowana do funkcjonowania w warunkach globalizacji. Typowa firma zmieniła się z nisko wydajnego, obawiającego się zagranicznej konkurencji, niepewnego swoich sił przedsiębiorstwa państwowego w dobrze zarządzaną, dynamiczną, gotową do ekspansji eksportowej lub do rozwoju na rynku krajowym część sektora prywatnego. Firmę, której marka jest coraz bardziej znana i wzbudza coraz większy szacunek.

Nie ma prawdziwego rozwoju gospodarczego bez rodzimych przedsiębiorców, bez własnych marek, bez własnego pomysłu na biznes. I szczęśliwie takie właśnie marki i takie produkty zaczęły się w Polsce z czasem pojawiać. A znak promocyjny „Teraz Polska” odegrał w tym niebagatelną rolę.





ZAPROŚ
ŚWIAT
DO DOMU



Okno balkonowe FGH-V P2 Galeria
zdobywca złotego medalu targów Budma 2012



↓ Zintegrowana z dolnym skrzydłem **barierka całkowicie chowa się w konstrukcji okna**, przez co nie jest narażona na zabrudzenia. Żaden element barierki nie jest widoczny na zewnątrz.

OKNO BALKONOWE FGH-V GALERIA

Otwórz swoje wnętrza na świat, aby poczuć ożywcze tchnienie. Nowe dwuskrzydłowe okno dachowe Galeria po otwarciu tworzy balkon na poddaszu, dzięki czemu poczujesz ciepłe promienie słońca, świeże powietrze wypełni twoje poddasze, a Ty zyskasz dodatkową przestrzeń.

Nowoczesne okno balkonowe to łatwa obsługa i nowatorskie rozwiązania, które zmieniają teraźniejszość.

Historia konkursu „Teraz Polska”

Ogólna liczba laureatów w poszczególnych latach w podziale na edycje

Edycja	Liczba laureatów	Produkty	Usługi	Gminy	Innowacje	Uwagi
	15	15				1 wyróżnienie
	15	15				
	14	14				
	15	15				
	15	15				
	16	12	4*			
	15	15				
	21	21				
	23	21	2*			
	29	20	9			2 wyróżnienia
	27	21	6			
	25	20	5			
	25	18	7			
	26	17	9			
	25	17	8			
	26	17	9			
	34	12	13	9		
	33	19	6	6	2	
	34	11	11	9	3	
	34	13	9	9	3	
	31	15	7	6	3	
	31	13	8	6	3	
Razem	529	356	113	45	14	1 laureat - inwestycja zagraniczna

* w kategorii usług mogły wtedy startować wyłącznie hotele i restauracje. Otwarta kategoria na najlepsze usługi pojawiła się od X edycji konkursu.

I i II edycja miały finał w 1993 roku. III i IV – w 1994. Do VI edycji konkurs był organizowany przez Fundację „Teraz Polska”.

Wygrywali w konkursie najczęściej razy

4

zwycięstwa

3

zwycięstwa



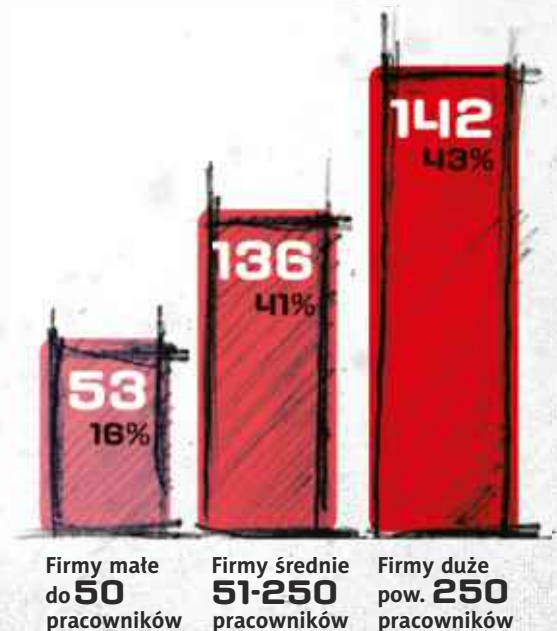
Udział procentowy i liczba laureatów z poszczególnych branż



Laureaci podział na województwa



Laureaci podział ze względu na wielkość firmy (dane za lata 2000-2012)

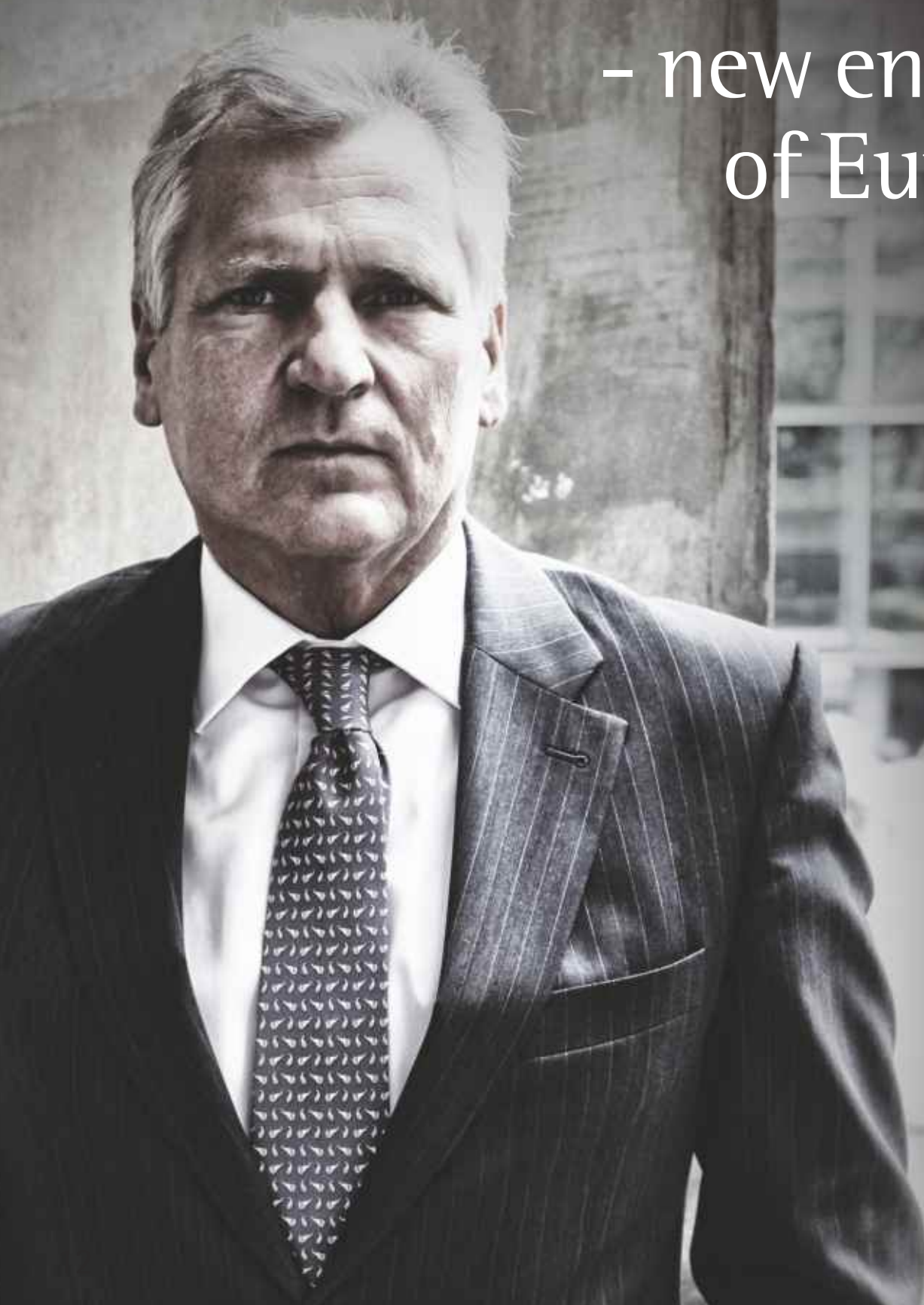


Temat numeru



Teraz Polska

- new engine
of Europe



O wizerunku i roli współczesnej Polski,
o ideach lewicy i ponadpartyjnej zgodzie
oraz o nagrodzie „Teraz Polska”

z Prezydentem RP w latach 1995–2005

Aleksandrem Kwaśniewskim

rozmawia Kamil Broszko.

Obraz Polski

Kamil Broszko: Panie Prezydencie, jak zmienił się wizerunek Polski w ciągu ostatnich 20 lat?

Aleksander Kwaśniewski: Ogromnie. Polska stała się krajem znanym. Przez wiele lat byliśmy w „szarej strefie” krajów komunistycznych, a nasza obecność w świadomości europejskiej czy światowej zaczyna się od roku 1980, czyli od Solidarności, Lecha Wałęsy, później stanu wojennego, gen. Jaruzelskiego. Do dzisiaj czasami w zupełnie niespodziewanych miejscach pytają mnie o naszych historycznych przywódców. W polskim sporze tamtego okresu były wielkie emocje, które interesowały ludzi na całym świecie. Od roku 1989 Polska jest krajem szanowanym za pokojową drogę, którą przeszliśmy, za Okrągły Stół, za wielką zmianę polityki wewnętrznej, za zmiany gospodarcze i za to, że potrafiliśmy skutecznie zabiegać o wejście do UE, do NATO. Zatem Polska stała się krajem znanym, poważanym, cenionym za swoją polityczną rolę w ostatnich 20 latach, a w ostatnim okresie kryzysu jeszcze dodatkowo szanowanym za to, że wszyscy mają albo ujemny wzrost gospodarczy, albo zerowy, a Polska ma dodatni. Takie określenie, które przez lata było używane w Niemczech – „polnische Wirtschaft” – pogardliwe, mówiące o gospodarce niewydolnej, bałaganiarskiej, dzisiaj brzmi zupełnie inaczej. Polska gospodarka jest dynamiczna, nie boi się przeszkód, potrafi je pokonywać. Więc generalnie rzecz biorąc, ten wizerunek Polski w ciągu ostatnich 20 lat zmienił się radykalnie i bardzo na korzyść. Dzisiaj trzeba się zastanowić, co zrobić, żeby ten wizerunek utrzymać, co zrobić, żeby go jeszcze poprawić, ponieważ to, co mogliśmy już zrobić, zrobiliśmy, a teraz poprzeczka poszła wyżej, jeśli chodzi o wymagania wobec Polski. Nadal oczywiście funkcjonuje stereotyp Polski biednej, prymitywnej, kradnącej samochody, a także tej bardzo religijnej – klęczącej na kolanach, pielgrzymującej. Stereotyp nie pozwala dopuścić do siebie pewnych informacji, jest silniejszy niż prawda, niż fakty, jakie możemy podać. Natomiast bezpośrednie zetknięcie z Polską turystów, młodzieży, studentów wypada generalnie na naszą korzyść. Okazuje się, że Polska jest krajem cywilizowanym, przyjaznym, z całkiem niezłą infrastrukturą turystyczną, z dobrą kuchnią, nie mówiąc o napitkach, bo one są powszechnie znane i cenione. Trzeba dobrze wykorzystywać okazje, np. Euro 2012. To był prawdziwy sprawdzian, czy wejdziemy do grupy państw, które są zdolne do organizowania wielkich

impres. Czy potrafimy zorganizować sprawny transport, lokum, bezpieczeństwo, zaopatrzenie, atmosferę itd. Zdanie tego testu bardzo pozytywnie wpłynęło na opinię o Polsce i o Polakach. Weszliśmy do niezbyt licznej grupy krajów, które są zdolne do organizacji wielkich wydarzeń. Generalnie, dobry wizerunek buduje się latami, ale można go bardzo szybko zniszczyć.

KB: Przez ostatnie 20 lat Pan Prezydent cały czas był najbliżej najważniejszych decyzji politycznych. Wydaje się, że odpowiedzialność za budowanie wizerunku spoczywa również na politykach. Czy zatem dobry wizerunek Polski jest zasługą polityków ostatniego 20-lecia, a jeśli tak, czy mogli jeszcze bardziej się postarać, działając w tym zakresie?

AK: Dwa razy „tak”. Obecny wizerunek jest zasługą polityków, oczywiście nie wyłączną. Na pewno też można było zrobić w tej dziedzinie więcej. Można było bardziej programowo zająć się promocją. Obecnie ciągle w Polsce wysiłki promocyjne są zbyt rozproszone, zajmują się tym różne instytucje państwowe; brakuje takiego planu promocyjnego, który np. świetnie mają opanowany Azjaci – Chińczycy, Tajowie, Malezyjczycy. Mniejsze kraje europejskie również mają bardzo skuteczny model promowania, np. Chorwacja. U nas trochę tego zabrakło. Zajmował się tym MSZ, PAIZ, różne organizacje, również „Teraz Polska”, itd. Brakowało natomiast takiego jednego miejsca, które by dysponowało i koncepcją, i pieniędzmi, których wymaga promocja. Postulat jest ciągle aktualny. W Polsce potrzebna jest jedna instytucja zajmująca się skutecznie promocją Polski. Bez tego ciągle zdarzają się wpadki, jak ta, o której mnie ostatnio poinformowano, że na wielkich targach w Berlinie polskie stoisko jest właściwie najgorsze, brakuje informacji, wydawnictw czy choćby polskich owoców, cukierków, czekoladek. Powinniśmy przecież zainteresować odwiedzających Niemców, od których uzależniona jest ogromna część polskich obrotów handlowych.

KB: Jak działa skuteczna państwowa promocja w Chorwacji czy we wspomnianych krajach azjatyckich?

AK: Te kraje mają w strukturach państwowych agencje, które zajmują się promocją, dysponują środkami i współpracują z agencjami państwowymi, prywatnymi, jak i z organizacjami społecznymi. Działanie jest wielopłaszczyznowe; wykorzystuje się media, imprezy polityczne, sportowe, wystawy w kraju i za granicą. Jedna instytucja koordynuje cały pakiet możliwości promocyjnych. Przekaz musi być skoncentrowany i czytelny. Jeżeli jest wiele przekazów z różnych stron, to tworzy się informacyjny szum. Weźmy przykładowe hasło „Poland – new engine of Europe”. Jeśli uznamy, że to jest hasło promocyjne Polski, to ono musi się pojawiać wszędzie, musi towarzyszyć wydarzeniom gospodarczym, politycznym, kulturalnym, sportowym. Nie wiem jednak, czy to jest u nas możliwe. Jedną z niezwykłych zalet i równocześnie wad Polaków jest to, że my jesteśmy krajem niezwykłych indywidualistów. Potrafimy pracować i osiągać sukcesy. Z drugiej strony nie mamy zdolności pracy zespołowej i dlatego zdarzają się problemy z osiągnięciem celów wspólnych. O naszym indywidualizmie, jego negatywnym aspekcie, świadczyć może wygląd wielu ulic w polskich miastach – są jak sen chorego urbanisty. Ale taka jest nasza natura i nie wiem, czy można to zmienić.



Hasło dla Polski

KB: Interesujące jest hasło Pana Prezydenta: „Poland – new engine of Europe”. Proszę je rozwinąć.

AK: Taka jest moja propozycja. Jesteśmy w punkcie, w którym Polska ma już osiągnięcia, zatem hasło „Let's discover Poland” nie ma sensu, bo ona już została odkryta. Hasło „Szanujcie Polskę” byłoby dowodem naszych kompleksów. Dzisiaj, w okresie kryzysu, kraj, który ma wzrost gospodarczy, ma stabilność polityczną i energię, przekonanie co do sensu projektu europejskiego, może nosić miano nowego motoru napędzającego Europę. Oczywiście hasło musi być oparte o politykę, którą będziemy prowadzić. Możemy pokazać, że jesteśmy na krzywej wznoszącej.

KB: Czy ten polski silnik w Europie, to powinien być silnik produkcji przemysłowej, rolniczej, silnik innowacji?

AK: Wszystko razem. Siła polityczna, gospodarcza, strategiczne położenie, czyli Polska jako miejsce dla wielu firm, dla produkcji, tym bardziej, że jednym z elementów tego nowego ładu w Europie będzie reindustrializacja. Europa zrozumiała, że nie można się bezpiecznie rozwijać, jeżeli się postawi wyłącznie na rozwój sektora usługowego czy finansowego. Trzeba mieć trochę podstaw w postaci produkcji, hi-tech, nowoczesności itd. Dlatego kryzys lepiej przechodzą Niemcy, którzy są krajem o dużym udziale przemysłu w gospodarce, a recesję mają Brytyjczycy, którzy od wielu lat postawili przede wszystkim na odgrywanie roli centrum finansowego świata. Jest też wielka rola kultury w tym projekcie, bo Polska ze względu na swój dorobek bez żadnych problemów może być jednym z europejskich centrów kultury. Mamy świetną muzykę, sztukę, teatr, dobry film, niezłą literaturę, Noblistów. Oczywiście najpierw trzeba zrealizować np. Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie czy Muzeum Historii Żydów Polskich – na takim poziomie, żeby ludzi z całego świata te obiekty skłaniały do podziwu. Promocja to nie jest jeden fortepian, to jest cała orkiestra symfoniczna. Tu trzeba grać na każdym instrumencie.

KB: A' propos wszechstronnego rozwoju – jesteśmy też trybem międzynarodowej gospodarki i zdaniem niektórych to ona określa nasze perspektywy.

AK: Polska powinna rozwijać to, co już się tutaj robi, i co może być konkurencyjne w przyszłości. Jedyną dziedziną, która może radykalnie zmienić nasz krajobraz gospodarczy, jest gaz łupkowy. Jeżeli się okaże, że jest go dużo, że można go ekologicznie wydobywać, że Polska jest samowystarczalna, że zasoby są takie, że możemy go jeszcze eksportować, to rzeczywiście zmienia naszą dotychczasową koncepcję – bo dostaliśmy towar, którego nie mieliśmy i który może nas ustawiać na kolejne 50 lat w pozycji kraju, który ma pieniądze. Wtedy pewne dziedziny będziemy mogli zrewolucjonizować. Dziś natomiast powinniśmy rozwijać wszystko to, co już

mamy, z większym udziałem innowacji. Musimy sensownie wydawać na badania i rozwój procentowo, na poziomie krajów, które mają te nakłady najwyższe, i to się musi stać w ciągu najbliższych kilku lat, bo to jest czas dla Polski rozstrzygający. Ważne, abyśmy nie byli tylko podwykonawcą, ale także twórcą kompletnych rozwiązań, które w pewnych niszach będą miały znaczenie ogólnoeuropejskie.

KB: Mamy pewien potencjał ludzki, ale najzdolniejsi programiści, młodzi naukowcy, zaraz po zdobyciu szlifów wyjeżdżają.

AK: Rzeczywiście to nie przypadek, że tak dużo młodych ludzi z Polski wygrywa konkursy informatyczne. W zgodnej opinii największych koncernów Polacy są świetni, jeśli chodzi o software, dlatego tak wiele firm lokuje swoje centra outsourcingowe w Polsce. Dlaczego nie potrafimy bardziej tego wykorzystać? Po części jest to rezultat słabości w dziedzinie pracy zespołowej, po części niewystarczające nakłady na rozwój, które tym ludziom dawałyby perspektywę, że w Polsce mogą osiągać kolejne szczeble wtajemniczenia i mieć z tego niezłe pieniądze. Bez tego rozwoju skazujemy się na rolę odtwórczą. Bo jeśli nie wykorzystamy ludzi z najlepszymi pomysłami, to będziemy musieli kupować rozwiązania, które być może inni Polacy opracowali dla firm niemieckich, brytyjskich, amerykańskich, a za chwilę może i chińskich. Musimy pokonać świadomość, że tak, jak jest, jest dobrze. Oczywiście nie jest źle, ale trzeba patrzeć w przyszłość. Nakłady na rozwój muszą być po prostu zwiększone na każdym szczeblu, przedsiębiorstw i państwa.

KB: A jak pozyskać środki na zwiększenie nakładów?

AK: Dyskutowaliśmy niedawno z profesorem Hausnerem o tym, jak rozwijać polską innowacyjność, i padały różne propozycje. Jedna z nich polegała na tym, żeby wprowadzić obowiązek przekazywania części zysków na badania i rozwój. W ramach tych środków firmy mogłyby prowadzić badania własne. Jeżeli ich nie przeprowadzą, musiałyby je przekazać na fundusz państwowy. Firmy zagraniczne, które nie mają ośrodków rozwojowych w Polsce, również musiałyby zostawić procent swoich zysków w naszym funduszu.

KB: A teraz jeszcze trudniejsze pytanie. Jak namówić zajętych polityków, żeby podjęli trud uchwalenia ustaw, które pozwolą wdrożyć znakomite pomysły?

AK: Organizuję konwersatoria, w trakcie których namawiam polityków do projektów proinnowacyjnych. Byłoby istotne, żeby przekonał się do nich również rząd. Liczę na ministra Boniego, który jest człowiekiem myślącym otwarcie i odważnie. Rząd ma jeszcze trzy lata i w tym czasie powinien powstać projekt nowoczesnego rozwoju. Najlepiej, żeby taki projekt powstał w oparciu o ponadpartyjną zgodę, żeby mógł być realizowany w kadencjach. Żaden wielki projekt nie może się sprawdzić, jeśli nie jest realizowany przez dłuższy czas. Wymaga też zaufania do instytucji państwa, której nie sprzyja zmiana przepisów i manipulowanie polityków polegające na ciągłym krytykowaniu czy zmienianiu uzgodnień.

Ponadpartyjna zgoda

KB: Czy wiara w ponadpartyjną zgodę, w obecnej sytuacji politycznej, nie zakrawa na zbyt optymizm?

AK: Byłoby źle, gdyby powszechne odczucia stały się faktem, tzn. że tak zapędziliśmy się w konflikty i wzajemne obrażanie, że nie ma odwrotu. Ja mam nadzieję, że można się cofnąć, i myślę, że tutaj rolę do odegrania ma prezydent. On jest przez cały naród wyniesiony na stanowisko, pochodzi z jakiejś partii, ale nie jest już formalnie z nią związany, i on powinien podejmować mnóstwo inicjatyw, żeby budować porozumienie. W dziedzinie polityki proinnowacyjnej, promocji Polski czy wsparcia gospodarki, nie ma zasadniczego konfliktu. Jeżeli zgubimy umiejętność porozumienia, pograżymy się naprawdę fatalnie. Politycy w innych krajach też się kłócą, często używają słów nie mniej ostrych, ale jak przychodzi co do czego, potrafią budować wspólnie. Tak było przez lata z Amerykanami. Choć w tej chwili również nastąpiły u nich podziały, jakich wcześniej nie obserwowali. W Niemczech dwie główne partie walczą ze sobą, ale jak jest potrzeba, budują koalicję. Spór zawsze był w polityce, ale nigdy nie był tak widoczny, nie był codziennie transmitowany w takiej ilości, nie był cały czas „live”. Klasa polityczna powinna bardziej siebie szanować we wzajemnych relacjach, jeżeli oczekuje szacunku innych. Nie można od wyborców

oczekiwać, by mówili jak w Wersalu, a z innymi politykami rozmawiać jak w maglu. Najpoważniejszą konsekwencją tego stanu rzeczy jest nieumiejętność podejmowania decyzji. Trzeba z obszaru konfliktów wyłączyć kilka spraw: strategiczne punkty polityki zagranicznej, kwestie polityki innowacyjnej itd. Myślę, że te działania wymagają inicjatywy, przede wszystkim prezydenta, i rozważli liderów partyjnych. Zdarzyła się nam tragedia, która zazwyczaj się nie zdarza w demokracjach – mówię o Smoleńsku – i ona dokonała niezwykłego pęknięcia społecznego. Obawiam się, że tego pęknięcia nie sklejimy przez dziesięciolecia. Ale mimo wszystko nie tracę nadziei na ponadpartyjne współdziałanie.

KB: Niektórzy postulują powołanie nowej grupy międzynarodowych ekspertów badających katastrofy.

AK: Oczywiście eksperci są potrzebni, by ludzie, do których trafiają argumenty, dostali jeszcze ostateczne informacje odpowiadające na wszelkie wątpliwości. Natomiast ci, którzy są zdecydowanie przekonani o zamachu, będą zachowywać się tak, jak zwolennicy teorii o zamachu na Sikorskiego. Po dziesięciokrotności lat będą się domagać ekshumacji, co w wymienionym przypadku było żądaniem nieprzyzwoitym i co gorsza – spełnionym. Polskie podziały mają różne znaki. Dzisiaj to jest Smoleńsk, wcześniej to była komuna vs. antykomuna, jeszcze wcześniej endecja vs. piłsudczycy, jeszcze wcześniej romantycy vs. pozytywiści, jeszcze wcześniej obóz Konstytucji 3 Maja i obóz Targowicy itd. Jesteśmy naznaczeni piętnem sporu. Ale trzeba patrzeć w przyszłość.





Lewica i ideologia

KB: Rzeczywistość jest coraz bardziej złożona i dyskurs lewicy staje się coraz silniej „wielowątkowy”. Czy to jej systematycznie nie osłabia – w sensie politycznym?

AK: Lewica od początku jest różnorodna. Urodziła się w okresie rewolucji technicznej w połowie XIX w. i wówczas głosiła przede wszystkim koncepcje rewolucyjne, robotnicze, związkowe itd. Później w Europie konkurowały dwa nurty: komunistyczny i socjaldemokratyczny. W nurcie socjalistycznym na Zachodzie też są różne odłamy. Francuska lewica nigdy nie była jednorodna, lecz kiedy się jednoczyła, osiągała sukces. To się udało Mitterrandowi, który wygrywał, bo potrafił zjednać komunistów, zielonych, trockistów i wszystkich pozostałych. Lewica jest różnorodna z natury rzeczy. Czasem nie umie współdziałać, mam na myśli oczywiście lewicę w krajach demokratycznych. Trudno za przykład podawać partię bolszewicką, w której Stalin eliminował ludzi i w której żadnego pluralizmu nie było. Natomiast na Zachodzie pluralizm polityczny jest stałym elementem tamtejszej kultury. Istotne jest więc, czy ugrupowania lewicowe potrafią ze sobą współdziałać i czy współdziałanie przynosi sukcesy. Hollande'a poparły i partia Zielonych, i radykalny lewicowiec Jean-Luc Mélenchon, który zdobył tam 10 proc. głosów. Można więc powiedzieć, że lewica zjednoczona jest liczącą się siłą. W Polsce problemem przy tworzeniu środowisk lewicowych były trudności wynikające z historii i dylemat, jak oceniać komunistów i postkomunistów, czy to jest lewica, czy nie jest. Część antykomunistów o lewicowych przekonaniach uznała, że najlepiej nie przyznawać się do lewicowości, tylko rozmieniać, rozmywać swoją lewicowość w takich strukturach jak Unia Demokratyczna, Unia Wolności czy dziś po części lewe skrzydło PO. Równocześnie stale negując, że wokoło SLD czy postkomunistów może się tworzyć jakaś lewica. Rys historyczny, mimo że minęło już 20 lat, nadal jest bardzo ważny dla określania tożsamości lewicowej. Obecnie mamy nowe zjawisko, które dopiero się definiuje – Ruch Palikota. Z jednej strony światopoglądowo jest lewicowy, nawet lewacki, a z drugiej strony jego ugrupowanie istnieje zaledwie nieco ponad rok, więc nie udało im się zbudować jeszcze kompletnej tożsamości. Dodatkowym utrudnieniem przy samookreśleniu ugrupowania jest natura lidera, jego impulsywność, przechodzenie od jednego pomysłu do drugiego. Reasumując – różnorodność lewicy jest naturalna.

KB: Czy na fali kryzysów i niezadowolonia społecznego lewica w Europie może się wzmocnić?

AK: Dziś zmiany rządu są właśnie rezultatem kryzysu, a nie renesansu ideologii lewicowej. Hollande wygrał po 17 latach sprawowania władzy przez prawicę, ale w Hiszpanii, przed rokiem, po 8 latach sprawowania rządów przez Zapatero nastąpił zwrot ku prawicy. Rządy nie dają sobie rady z kryzysem, nawet mimo szczerych chęci, poziom frustracji wzrasta i zyskują partie skrajne. Tu jest rzeczywiście nowa tendencja. Przegrywają rządzący, wygrywają ci, którzy są najlepiej przygotowaną opozycją. We Francji są to socjaliści. Podejrzewam, że tak samo będzie w Niemczech i wygrają

socjaldemokraci. Niezależnie od tego, czy hołduje się ekonomii konserwatywnej, czy lewicowej, obecnie i pani Merkel, i pan Hollande, i inni uznają, że teraz mamy etap oszczędności i dyscyplinowania budżetu. Efektem jest pakt fiskalny. Dziś w całej Europie wymaga się jego respektowania. Wydaje mi się zatem, że raczej mamy do czynienia z wahadłem politycznym w Europie niż z lewicową Wiosną Ludów, jak to powiedział z nadzieją Leszek Miller.

KB: Czyli coraz mniej miejsca jest w Europie dla ideologii?

AK: Nie do końca. Spór trwa, ale przenosi się na płaszczyznę moralno-etyczną, światopoglądową. To właśnie widać w Ameryce. Obama jako pierwszy amerykański prezydent powiedział, że zgadza się co do możliwości zawierania związków homoseksualnych. Dojdzie więc do wielkiego sporu tamtejszych konserwatystów i lewicy. Sądzę, że podobne spory będą się toczyć w Europie. Konserwatyści będą bronić dotychczasowego stanu rzeczy, wartości, a sprzeciwią im się osoby wychodzące od wartości bardziej liberalnych, antydyskryminacyjnych, równościowych. Pewne przekonania okazały się zresztą ideologicznym stereotypem, mianowicie, że prawica lepiej służy gospodarce i gromadzi pieniądze, a lewica ma większą skłonność do wydawania, że prawica kojarzy się z dyscypliną, a lewica z rozrzutnością czy z deficytem. Oczywiście w koncepcjach państwa dobrobytu (welfare state), które było taką wielką zdobyczą państw skandynawskich, zakres pomocy społecznej był ogromny i oczywiście kosztowny. Z drugiej strony, jeśli spojrzeć na przypadek kanclerza Kohla, chadeka, który wydał kolosalne pieniądze na zjednoczenie Niemiec i doprowadził do dramatycznego deficytu w finansach publicznych, to tamten deficyt musiał być leczony przez socjaldemokratę Schroedera, który wprowadził program Hartz 1, Hartz 2, Hartz 3, zwiększał ilość godzin pracy, zmniejszał ilość praw pracowniczych. Mimo że był socjaldemokratą i pewnie mu się to nie podobało, taka była wówczas konieczność. Rządzenie ma to do siebie, że przede wszystkim jest tu i teraz, praktyka, rzeczywistość, o której trzeba decydować. Ideologia jest ważna, żeby nie zapomnieć, o co nam chodziło na początku drogi, jak zdobywaliśmy władzę, ale generalnie ideologia jest w tle.

KB: Realpolitik?

AK: Realpolitik to jest to, co każdego dnia polityk musi zrobić, a wielkie projekty to jest to, co powinien zrobić.

KB: Które z lewicowych postulatów z dziedziny polityki ekonomicznej mogą być aktualnie użyteczne i atrakcyjne dla wyborcy?

AK: Podstawowe hasła lewicy niespecjalnie się zmieniają. Lewica zawsze broniła równości szans, była przeciwko dyskryminowaniu ludzi, broniła mniejszości, wspierała słabsze jednostki, grupy, regiony. Lewica była za emancypacją – kobiet, ale też młodzieży z biednych środowisk, którym umożliwiła robienie karier. Widać, że nie ma specjalnej potrzeby poszukiwania nowych wartości czy haseł. Natomiast aktualne jest pytanie, jak je zrealizować w zupełnie nowych warunkach. Dziś mówienie o klasie robotniczej ma zupełnie inny sens niż 30, 40 lat temu, kiedy mieliśmy wielkie zakłady, a rola związku zawodowego była ogromna. Klasa robotnicza przestała żyć w dużych skupiskach, przestała pracować w wielkich przedsiębiorstwach, ale oczywiście nadal istnieje.

Dziś lewica dalej upomina się o godność człowieka pracy, ale dziś mówimy o umowach śmieciowych, o zabezpieczeniu, o warunkach pracy, o równości w pracy i w szansach zawodowych między kobietami i mężczyznami. Kanon wartości lewicowych, o które walczymy w nowy sposób, jest niezwykle ważny i aktualny.

KB: A kiedy współczesna, hipotetyczna lewica przejmie władzę, czy powinna upomnieć się o środki na realizację celów społecznych w firmach, korporacjach i bankach?

AK: Podatki są instrumentem, który zawsze jest w rękach państwa. Niezależnie od orientacji politycznej danej władzy. Cóż takie państwo ma, poza możliwością opodatkowania. Systemy podatkowe muszą być takie, żeby spełnić cele rządu i żeby jednocześnie nie zarznąć gospodarki, nie spowodować ucieczki kapitału za granicę. Ja uważam, że w warunkach chronicznego deficytu budżetowego podwyższenie podatków jest uzasadnione.

KB: Podwyższenie obywatelom czy korporacjom?

AK: W przypadku obciążenia korporacji trzeba zadać sobie pytanie, czy wzrost kosztów ich działalności nie spowoduje osłabienia dynamiki gospodarczej. Natomiast opodatkowanie banków jest moim zdaniem kwestią całkowicie do rozważenia. Zrealizowanie kontroli transferów międzynarodowych korporacji też jest pomysłem uzasadnionym w obecnych warunkach. I pomysł, który wzburzył część obserwatorów, ale nie przeszkodził Hollande'owi wygrać wyborów, czyli podatek dla najbogatszych na poziomie 75 proc. – moim zdaniem zbyt wysoki. Ale być może uzasadnione jest wprowadzenie 10 proc. podatku solidarnościowego, kierowanego na konkretny fundusz, który np. służy stworzeniu miejsc pracy albo innym, ważnym celom. Istotne jest tylko, by takie środki się nie rozpraszały, by nie skonsumowało ich wojsko, administracja itp.

KB: Na wyrównywanie szans społecznych?

AK: Tak jest. To ma sens.

Nagroda „Teraz Polska”

KB: „Teraz Polska” obchodzi w tym roku 20-lecie. W fundacji zawsze się podkreśla z wdzięcznością duże zaangażowanie Pana Prezydenta w ten projekt.

AK: Cieszę się, że tak mnie wspominają. Od początku uznałem ideę „Teraz Polska” za niezwykle ważną, szczególnie w okresie przekształceń. By jak najszerszemu gronu pokazywać, że mamy rozwijającą się gospodarkę, mamy dobre produkty, gwarantujemy wysoki poziom – mamy się czym pochwalić i jesteśmy z tego dumni. „Teraz Polska” brzmi dumnie, a jednocześnie „Teraz Polska” to znak przynależności do pewnego elitarnego klubu, również w międzynarodowej skali. Moim zdaniem siła Godła „Teraz Polska”, siła konkursu od początku była wielka, bo nie tylko pokazywano teoretyczne możliwości, ale praktyczne, realne osiągnięcia ludzi i firm oraz produkty, które mogą konkurować w świecie. Zaangażowałem się w to bez żadnych wątpliwości i uczestniczyłem we wszystkich edycjach nagród i gali „Teraz Polska”. Uczestniczyłem też

w pracach przygotowawczych i szkoda, że moi następcy z mniejszym sercem podeszli do tego projektu.

KB: Może politycy przestali się angażować, bo większe zaangażowanie oznacza większe ryzyko utraty poparcia?

AK: Ale tu nie powinno być żadnych obaw. Konkursy powinny być zorganizowane w sposób przejrzysty, z jasnymi kryteriami, podlegać ocenie mediów, które mogą recenzować decyzje. Myślę, że politycy powinni z absolutnym przekonaniem uznać, że angażując się w konkurs taki jak „Teraz Polska”, wypełniają swoje elementarne zadanie. Promowanie polskich osiągnięć, które służą dobru wspólnemu – gospodarce, społeczeństwu, regionowi, to jest zadanie polityka, poczynając od szczebla najwyższego, kończąc na poziomie samorządowym i regionu.

KB: Politycy jednak obawiają się, że ich nagłośniona obecność w gronie przedsiębiorców i w otoczeniu pieniędzy doprowadzi do spadku popularności.

AK: Trzeba potępić nieoficjalne uzyskiwanie pieniędzy na sponsorowanych imprezach i podobne działania. Jeżeli zaś mowa o promocji regionu, polskiej gospodarki, to są działania, które trzeba akceptować. Oczywiście nawet przyzwoity polityk musi się liczyć z tzw. ryzykiem zawodowym, na ringu politycznym raz na jakiś czas otrzymuje się cios. Działamy w sferach połączonych: politycznym, gospodarczym, w mediach, w świecie wyborców, konsumentów, etc. Żyjąc w takim złożonym świecie, należy mieć zdroworozsądkowe podejście i spełniać normy etyczne; jeśli nie zapomina się o tych dwóch sprawach, można gościć rozmaite działania.

KB: Nagroda „Teraz Polska” narodziła się 20 lat temu. Czy dziś nie powinna zmienić nazwy na „Teraz Europa”?

AK: Nie, ona powinna się nazywać „Teraz Polska”, bo jej sens jest właśnie w promocji Polski i polskiego produktu. Moim zdaniem byłoby bardzo trudno znaleźć lepszą nazwę, nazwa jest trafiona w punkt, bo pokazuje Polskę, koncentruje uwagę na tym, co właśnie jest osiągnięte, co możemy pokazać i sprzedać. Nazwa jest super.

KB: W ramach działań Fundacji „Teraz Polska” odbyła się konferencja nt. patriotyzmu gospodarczego. Czy w dobie oczekiwań pogłębiającej się integracji europejskiej mówienie o patriotyzmie jest jeszcze celowe?

AK: Niezależnie od realizacji koncepcji integrowania Europy państwa narodowe będą istniały jeszcze dziesiątki lat. I dopóki nie żyjemy w przestrzeni europejskiej całkowicie wspólnej, to patriotyzm w rozumieniu wspierania gospodarki własnej jest uzasadniony. Byłoby dobrze, gdyby mógł się wiązać z reakcją konsumencką, tzn. wyborem produktu Made in Poland. Oczywiście rynek ma swoje prawa i nieraz inne czynniki niż patriotyzm decydują o zakupie. Gdy kupuję ser feta, szukam oryginalnego – greckiego. Dlaczego? To jest mój skromny wkład we wspieranie biednej greckiej gospodarki, która przez ostatnie lata zaniedbała całkowicie konkurencyjność. Lista atrakcyjnych greckich produktów składa się raptem z kilku punktów. Wracając do patriotyzmu gospodarczego – w takiej formule, jaką proponuje „Teraz Polska”, on oczywiście ma głęboki sens. To nie jest tylko nawoływanie, że polskie jest dobre, ale odnalezienie i wskazanie pośród produktów rodzimych absolutnej czołówki światowej w dziedzinie designu, trwałości, jakości, użyteczności, ceny.



Wystawa nominowanych

- polska jakość idzie w świat



Ogłoszenie wyników konkursu „Teraz Polska” i Wielką Galę poprzedziła wystawa nominowanych. To prawdziwe studium sukcesu, bowiem prezentacje rodzimych firm, instytucji i produktów są świetnym dowodem, że nad Wisłą liczy się jakość i kreatywność. Przedsiębiorcy podkreślają, że po 20 latach zmienia się również rola Godła „Teraz Polska”, które coraz silniej staje się międzynarodowym znakiem jakości.

Uzyskanie nominacji w konkursie „Teraz Polska” jest potwierdzeniem spełnienia wszystkich wymagań stawianych przez kapitułę konkursu, dokonującą oceny zgłoszeń, oraz odzwierciedleniem najwyższej jakości produktów. We wtorek, 8 maja 2012 roku, w hali Torwaru w Warszawie ogłoszone zostały nominacje w tegorocznej edycji konkursu.

Zaprezentowano firmy, instytucje, produkty. Wszyscy startowali z nadzieją na uzyskanie nagrody głównej, jednak już przegląd nominowanych ukazał przedsiębiorców i produkty na światowym poziomie – pionierskie w Europie i wyprzedzające globalne trendy. – Startujemy już po raz kolejny z produktem, który jest nominowany trzeci raz. Maxigra, środek służący leczeniu zaburzeń erekcji, jest szczególnie, ponieważ jest pierwszym lekiem generycznym produkowanym w Unii Europejskiej zawierającym substancję czynną sildenafil. Oczywiście jest to nasza własna synteza i czysto polska produkcja – mówi Anna Robak-Reczek z działu brand PR Polpharma.

Wielu spośród wystawiających zwracało uwagę na szczególną rolę nagrody „Teraz Polska”, ponieważ uważają, że polskie pochodzenie produktu jest wartością. Sebastian Wilk i Mateusz Wasilewski z Przemysłowego Instytutu Automatyki i Pomiarów zaprezentowali małego robota do rozpoznania

i neutralizacji niebezpiecznych ładunków PIAP Scout. Sprzęt polskich konstruktorów wysyłany jest wszędzie tam, gdzie dostęp człowieka jest ograniczony lub niebezpieczny. – To jest nasz robot, polski, polskiej produkcji, czyli powinien być promowany przez taką imprezę jak „Teraz Polska” – mówi Wilk.

Robot to nie jedyny spośród specjalistycznych produktów nominowanych w tegorocznej edycji konkursu. Andrzej Stańczyk reprezentował firmę ChM Sp. z o.o., której produktem są implanty do złamań kości długich. – Jesteśmy firmą stricte polską, więc doszliśmy do wniosku, że Godło „Teraz Polska” promuje również nasz produkt. ChM ma barwy biało-czerwone, tak jak znak „Teraz Polska” – twierdzi. Podkreśla również, na przykładzie produkowanych implantów, że polskie pochodzenie nie wyklucza, a wręcz sprzyja konkurencyjności na rynku międzynarodowym.



Lista laureatów konkursu „Teraz Polska” 2012

PRODUKTY



FIRMA: BEFADO, firma z ponad 80-letnią tradycją od lat dba o rozwój, zdrowie i wygodę małych stópek. Łączy doświadczenie i nowoczesną technologię z najnowszymi trendami wzorniczymi, produkując wysokiej jakości polskie obuwie.

PRODUKT: Buciki BEFADO są projektowane i produkowane w Polsce, z materiałów najwyższej jakości. Dzięki odpowiedniej konstrukcji: wyprofilowanej, elastycznej i oddychającej podszewie, stabilizującym bokom i pięcie oraz szerokim czubkom stopy dzieci rozwijają się w nich zdrowo i bezpiecznie.

FIRMA: CEDC jest jednym z największych producentów wódki na świecie. W Polsce i Rosji produkuje takie marki jak: BOLS, Żubrówka, Żubrówka Biała, Green Mark, Zhuravli i Parliament.

PRODUKT: Żubrówka Biała to krystalicznie czysta wersja cenionej na całym świecie Żubrówki. Nieskazitelną czystość oraz łagodny smak Żubrówka Biała zawdzięcza naturalnemu pochodzeniu oraz zastosowaniu najnowszych technologii, w tym 6-krotnej destylacji i platynowej filtracji.

PRODUKT: Jeżówka stworzona jest dla miłośników owocowych smaków. Dostępna jest w trzech wariantach: wiśniowym, cytrynowym oraz o smaku jabłka i mięty. Jeżówki produkowane są na bazie krystalicznie czystej wody i wysokiej jakości spirytusu.

FIRMA: COMP SA – firma, która jest właścicielem zarówno oddziału, jak i marki NOVITUS – lidera na polskim rynku w dostarczaniu rozwiązań technologicznych wspomagających pracę handlu, usług i logistyki.

PRODUKT: NOVITUS NANO E – nowoczesne kasy fiskalne przeznaczone do pracy w mobilnych punktach handlowych, gastronomicznych i usługowych. Najmniejsze kasy fiskalne marki NOVITUS, pierwsze w Polsce przenośne urządzenia fiskalne realizujące rejestrację kopii wydruków na elektronicznym nośniku danych, co pozwala na znaczną oszczędność papieru.

FIRMA: Dega powstała 20 lat temu. Założycielami, a zarazem właścicielami do dnia dzisiejszego są: Emilia i Krzysztof Modliński, Andrzej Borowski oraz Stanisław Obławski. Podstawową działalnością firmy jest produkcja sałatek majonezowych, ryb opiekanych, pasztetów rybnych i warzywnych.

PRODUKT: Ryba (śledź) po grecku to pyszne połączenie fileatów śledziowych smażonych oraz sosu greckiego na bazie marchewki i koncentratu pomidorowego wg naszej receptury.

PRODUKT: Paprykarz Szczeciński został opracowany w latach 60. XX wieku w Szczecińskim Gryfie. Obecnie produkowany przez nas paprykarz to wysokiej jakości surówce.

FIRMA: Grupa Żywiec S.A. jest jednym z największych producentów piwa w Polsce oraz częścią Grupy Heineken. Rocznie sprzedaje pow. 11 mln hl piwa warzonego w pięciu browarach: w Warce, Elblągu, Leżajsku oraz Arcyksiążęcym Browarze w Żywcu i Brackim Browarze Zamkowym w Cieszyźnie. Najważniejsze marki Spółki to Heineken, Żywiec, Warka, Tatra.

PRODUKT: Warka jest piwem jasnym dolnej fermentacji, które warzone jest od samego początku założenia browaru w Warce, tj. od roku 1975. Jednakże tradycje piwowarskie w Warce sięgają do 1478 r. Nazwa wywodzi się bezpośrednio z procesu warzenia (w fachowym języku warka oznacza miarę piwa uwarzonego na raz).

FIRMA: Masonite to firma o długiej tradycji w tworzeniu innowacyjnych trendów i wytwarzaniu produktów wysokiej jakości. Misja Masonite: „Dostarczanie produktów, usług i innowacji projektowych, które udoskonalają piękny wygląd i funkcjonalność, zapewniając lepszą wartość naszym klientom” na pierwszym miejscu stawia sprostanie oczekiwaniom naszych klientów.

PRODUKT: Podstawowe grupy produktów Masonite to skrzydła lakierowane HDF (o podwyższonej odporności na zarysowania), kolekcja Premium (nowoczesna technologia z zaokrąglonymi, bocznymi krawędziami typu „soft”) oraz skrzydła malowane (łatwe w renowacji). Do każdego rodzaju skrzydeł Masonite oferuje szeroki wybór ościeżnic (stałe, regulowane, regulowane soft) i akcesoriów.

FIRMA: Pimco Sp. z o.o. jest firmą produkcyjno-handlową z ponad 20-letnim doświadczeniem w zakresie szeroko pojętego bezpieczeństwa i ochrony. Bogata oferta wyspecjalizowanego sprzętu obejmuje m.in.: sprzęt wykrywający broń masowego rażenia, jak detektory skażeń chemicznych, radiologicznych, biologicznych oraz bliskiego wybuchu jądrowego, detektory narkotyków, materiałów wybuchowych i wykrywacze metali, stroje przeciwybuchowe i sprzęt pirotechniczny itp.

PRODUKT: Sygnalizator Skażeń Chemicznych i Promieniotwórczych CHERDES II jest przyrządem pokładowym, który może być montowany w czołgach, obiektach stacjonarnych, bojowych wozach piechoty oraz kołowych transporterach opancerzonych itp. Przeznaczenie: wykrywanie i identyfikacja skażeń bojowymi środkami trującymi (BST) na bardzo niskich poziomach z zastosowaniem metody Spektroskopii Ruchliwości Jonów (IMS) oraz toksycznymi środkami chemicznymi (TSC).

FIRMA: Poczta Polska S.A. to jedna z najsilniejszych polskich marek. Mając tego pełną świadomość, jako operator publiczny, szczególnie staramy się aby nasze usługi i zasoby, poza celami biznesowymi, służyły dobru publicznemu.

PRODUKT: Album „Różnorodność w jedności” to przykład naszej działalności o charakterze edukacyjno-kulturalno-społecznym. Jest on ramą dla historii, jaką opowiadamy w znaczkach emisji „Polska Prezydencja w Radzie Unii Europejskiej 2011” i „Stolice Państw Unii Europejskiej” zainsertowanych wewnątrz.

FIRMA: Polpharma jest największym polskim producentem leków i substancji farmaceutycznych. Specjalizuje się w produkcji leków kardiologicznych, gastrologicznych i neurologicznych. Wytwarza również szeroką gamę preparatów dostępnych bez recepty.

PRODUKT: Maxigra to pierwszy polski lek na zaburzenia erekcji wydawany z przepisu lekarza. Produkt powstał dzięki wynalezieniu innowacyjnej metody syntezy sydenafilu przez zespół naukowców z Instytutu Farmaceutycznego we współpracy z firmą Polpharma.

FIRMA: SOKOŁÓW S.A. jest spółką mającą swą siedzibę w Sokołowie Podlaskim. Obecnie w skład SOKOŁÓW S.A. wchodzi siedem zakładów produkcyjnych zlokalizowanych w: Sokołowie Podlaskim, Kole, Robakowie, Dębicy, Czyżewie, Jarostawiu i Tarnowie. Trzy z oddziałów prowadzą ubój wieprzowy oraz zajmują się przetwórstwem, dwa prowadzą ubój wołowy, ostatnie dwa zajmują się wyłącznie przetwórstwem. SOKOŁÓW S.A. jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych marek na rynku polskim.

PRODUKT: Parówki z szynki to najwyższej jakości produkt o zawartości mięsa aż 93 proc., stworzony z myślą o najbardziej wymagających konsumentach. Parówki te nie posiadają osłonek, dzięki czemu można z nich łatwo i szybko przygotować smaczny posiłek. Poza tym odznaczają się wyjątkową delikatnością i kruchością. Znakomicie nadają się jako przekąska na zimno i na ciepło.





FIRMA: Spółdzielnia Mleczarska w Nowych Skalmierzycach to firma z tradycjami serowarskimi sięgającymi 1929 roku. Doskonałej jakości mleko, śmietana, twaróg, kazeina i masło były wytwarzane także przez okres wojny i długo po jej zakończeniu. Obecnie Lazur to pionier w plastowaniu serów z niebieską pleśnią i jedyny na rynku producent serów z przerostem pleśni zawierających aktywne kultury bakterii probiotycznych.

PRODUKT: Lazur - seria serów pleśniowych z przerostem i porostem szlachetnej pleśni.

PRODUKT: Lazuretta - ten ser topiony doskonale smakuje z przyprawami. Ser rozpuszcza się w ustach, pozostawiając aromatyczny posmak sera, przypraw i suszonych pomidorów.

PRODUKT: Cherubin - to doskonały ser żółty, pełnotłusty z aromatyczną pikantno-słodką nutą, która podkreśla jego wyjątkowy smak.



FIRMA: Tatrzańska Agencja Rozwoju, Promocji i Kultury jest instytucją kultury Starostwa Powiatowego w Zakopanem. Jej główne zadania to: prowadzenie wielokierunkowej działalności uwzględniającej indywidualne i zbiorowe formy uczestnictwa w kulturze, organizacja imprez kulturalnych, promocyjnych i rekreacyjnych, promocja produktu turystycznego, regionalnego i kulturowego Podhala.

PRODUKT: Oscypek - twardy wędzony ser przygotowywany z mleka owczego o wrzecionowatym kształcie. Ser może być wyrabiany wyłącznie w okresie od maja do września, zaś sprzedawany do końca października. Powinien ważyć od 60 do 80 dag i mierzyć od 17 do 23 cm.



FIRMA: Zakłady Chemiczne „POLICE” S. A. od ponad 40 lat należą do europejskiej czołówki firm nawozowych i są jednocześnie jednym z największych polskich eksporterów. Spółka posiada kluczowe znaczenie w życiu gospodarczym i społecznym regionu zachodnio-pomorskiego.

PRODUKT: Biel tytanowa - TYTANPOL® to biały rozdrobniony proszek, nietoksyczny, niepalny i nieaktywny chemicznie. Najczęściej stosowana w wyrobach dla budownictwa (farby architektoniczne, tapety, wykładziny PCW, panele, ceramika, itp.) i w zastosowaniach przemysłowych.

USŁUGI

FIRMA: Bank Gospodarstwa Krajowego powstał w 1924 roku. Obecnie jest jedynym w Polsce bankiem państwowym. Misją Banku jest sprawna i efektywna realizacja działalności zleconej przez państwo, uzupełniana konkurencyjną ofertą komercyjną dla wybranych segmentów rynku.

USŁUGA: Finansowe instrumenty wspierania eksportu umożliwiają polskim eksporterom pozyskanie nowych klientów na rynkach, do których dotychczas mieli ograniczony dostęp - głównie z krajów WNP, ale również krajów bałkańskich, Dalekiego Wschodu i Ameryki Południowej.

FIRMA: Bank Pekao SA działa od ponad 80 lat, jest jedną z największych instytucji finansowych Europy Środkowo-Wschodniej. Pod względem wartości aktywów jest drugim co do wielkości bankiem w Polsce, natomiast biorąc pod uwagę siłę kapitałową mierzoną współczynnikiem wypłacalności, Bank Pekao jest liderem wśród dużych banków i jedną z najsilniejszych kapitałowo instytucji finansowych w Europie.

USŁUGA: Kompleksowa oferta bankowości mobilnej Banku Pekao obejmuje: Eurokonto Mobilne, aplikacje bankowości mobilnej Pekao24 i Mobilny Planer Zakupów.

FIRMA: BRE Ubezpieczenia specjalizuje się w budowaniu innowacyjnych programów bancassurance dla sektora finansowego oraz platform ubezpieczeń komunikacyjnych, majątkowych i aplikacji mobilnych do zakupu polis turystycznych.

USŁUGA: Supermarket Ubezpieczeń Samochodowych mBanku, tworzony we współpracy z BRE Ubezpieczenia, oferuje klientom wygodne porównanie i zakup online polis OC i AC. W ramach usługi dostępne są produkty: HDI Asekuracja, Benefia (część Vienna Insurance Group) oraz mDirect (oferowane przez BRE Ubezpieczenia).

FIRMA: DCT Gdańsk S.A. jest spółką zarejestrowaną w Polsce, zatrudniająca ponad 400 osób. Terminal DCT oferuje niezamierzający kanał podejściowy i nabrzeże przeladunkowe o głębokości 16,5 m, zapewniając doskonałe warunki dla przeladunkowego „hubu” portowego dla regionu Morza Bałtyckiego.

USŁUGA: W ramach prowadzonej działalności DCT Gdańsk S.A. świadczy na rzecz usługobiorców, w tym armatorów morskich lub innych podmiotów oferujących usługi międzynarodowego transportu morskiego, kompleksowe usługi terminalowe i kontenerowe skutecznie wspomagające transport.

FIRMA: Drabpol jest firmą o profilu marketingowo-usługowo-projektowym. Funkcjonuje na rynku polskim od 1983 roku. Prowadzi działalność w trzech obszarach: Awioniki, Marine i Automotive.

USŁUGA: Organizacja PART 21 zajmuje się projektowaniem zabudowy urządzeń awionicznych dla certyfikowanych statków powietrznych – samolotów i śmigłowców. Wykonywane prace polegają na opracowaniu dokumentacji technicznej projektów zabudowy na eksploatowanych już statkach powietrznych, która jest następnie weryfikowana i zatwierdzana przez organizację EASA, która formalnie zatwierdza projekt, wystawiając Uzupełniający Certyfikat Typu (STC).

FIRMA: JAS-FBG jest jedną z największych spółek z polskim kapitałem w branży TSL funkcjonującą na rynku od 1991 roku, a w chwili obecnej jest czołowym polskim operatorem logistycznym (otrzymana 4 lata z rzędu nagroda Spedytora Roku). Zapewnia kompleksową obsługę w zakresie logistyki.

USŁUGA: Spedycja Drogowa obejmuje: spedycję międzynarodową całopojazdową, spedycję międzynarodową drobnicową, spedycję krajową całopojazdową i drobnicową. Przewozy międzynarodowe są realizowane w ramach regularnych połączeń z kilkunastoma krajami Europy oraz Turcją.

FIRMA: MTU Moje Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. jest jednym z najmłodszych i najdynamiczniej rozwijających się towarzystw ubezpieczeniowych na polskim rynku. Należy do Grupy Ergo Hestia. Misją MTU jest rozpowszechnianie prostych i tanich produktów ochrony ubezpieczeniowej.

USŁUGA: Ubezpieczenie komunikacyjne Mój Samochód chroni kierowcę kompleksowo: od konsekwencji zdarzeń drogowych i związanych z posiadaniem samochodu. Ubezpieczenia MTU są dostępne w urzędach pocztowych, u multiagentów, a także w placówkach SKOK. Klienci mogą ubezpieczyć się także przez internet i telefon. Wybór sposobu ubezpieczenia zależy od preferencji klienta.

FIRMA: Pomorska Specjalna Strefa Ekonomiczna sp. z o.o. z siedzibą w Sopocie zarządza terenami przemysłowymi w Polsce północnej, w województwach: pomorskim, zachodniopomorskim, kujawsko-pomorskim i wielkopolskim. Działalność w Strefie prowadzi obecnie ponad 75 inwestorów. Do największych przedsiębiorstw należą: International Paper Kwidzyn sp. z o.o., Zakłady Farmaceutyczne „Polpharma” S.A., Sharp Manufacturing Poland sp. z o.o. itp.

USŁUGA: Kreowanie rozwoju przedsiębiorczości poprzez tworzenie otoczenia sprzyjającego zastosowaniu innowacyjnych rozwiązań opartych na współpracy świata nauki i biznesu” dzięki innowacyjnym projektom inwestycyjnym, jakimi są Gdański Park Naukowo-Technologiczny oraz Bałtycki Port Nowych Technologii.



INNOWACJE



FIRMA: Centrum Naukowo-Badawcze Ochrony Przeciwpożarowej im. Józefa Tuliszkowskiego - Państwowy Instytut Badawczy działa na rzecz zapewnienia bezpieczeństwa państwa w zakresie ochrony przeciwpożarowej, zarządzania kryzysowego, ochrony ludności i obrony cywilnej.

INNOWACJA: Środek zwilżający do gaszenia pożarów lasów i torfowisk to ekologiczny preparat, który jest wytwarzany na bazie związków nowej generacji. W stężeniu użytkowania 0,5 proc. wykazuje skuteczność wyższą niż najpopularniejszy środek gaśniczy, jakim jest woda.



FIRMA: Instytut Badawczy Dróg i Mostów jest wiodącą polską placówką naukową zajmującą się zagadnieniami infrastruktury komunikacyjnej. Prowadzi badania naukowe i prace rozwojowe dotyczące budowy oraz utrzymania dróg, mostów drogowych i kolejowych, lotnisk i budowli podziemnych.

INNOWACJA: Inteligentny System Kompleksowej Identyfikacji Pojazdów - ISKIP automatycznie rozpoznaje i identyfikuje pojazdy na podstawie: numeru rejestracyjnego, rodzaju, koloru, marki, typu. Stanowi unikatowe rozwiązanie w skali europejskiej i światowej.



FIRMA: Muzeum Historyczne Miasta Gdańska zostało otwarte w 1970 r., w odremontowanym budynku gotycko-renesansowego Ratusza Głównego Miasta Gdańska. Z biegiem lat przejęło inne zabytkowe budowle, w których utworzone zostały oddziały muzeum. Są to: Wartownia Nr 1 na Westerplatte (znana z bohaterskiej obrony w czasie II wojny światowej w 1939 r.), Twierdza Wisłoujście, Dom Uphagena, Dwór Artusa, Wieża Więzienna i Katownia obecnie Muzeum Bursztynu, Muzeum Poczty Polskiej. W 1996 r. w wieży kościoła p.w. św. Katarzyny Aleksandryjskiej - najstarszym kościele parafialnym Gdańska, otwarto oddział Muzeum Zegarów Wieżowych.

INNOWACJA: Zegar pulsarowy Gdańsk 2011, to czasomierz, który jako pierwszy na świecie bierze za podstawę czasu zjawisko, które nie zachodzi na Ziemi.

INNOWACJA: Precyzyjny zegar wahadłowy Hevelius 2011 to obecnie najdokładniejszy tego typu czasomierz na świecie, jest testem, do jakich granic dokładności można mierzyć czas zegarem mechanicznym.

GMINY



Polanica-Zdrój

Polanica-Zdrój jest uzdrowiskiem znanym nie tylko w kraju, ale również za granicą. Uzdrowisko posiada bardzo dobrą markę i jest rozpoznawalne jako modny, nowoczesny kurort o europejskim poziomie usług, który pod wieloma względami, jak zarządzanie, ochrona środowiska czy bezpieczeństwo mieszkańców i odwiedzających miasto gości, jest liderem nie tylko w regionie, ale także i w kraju. Biorąc pod uwagę wysokość pozyskanych środków finansowych na inwestycje, wyraźnie widać, że gmina Polanica-Zdrój bardzo dobrze wykorzystwała okazje, jaką przyniosła nam akcesja do Unii Europejskiej.



Stare Miasto

Gmina Stare Miasto znajduje się w centralnej Polsce, w powiecie konińskim. Jej obszar zajmuje 98 km². Liczba ludności to 11 310 osób. Lokalizacja autostrady A2 na terenie gminy oraz sąsiedztwo z miastem powiatowym Koninem to czynniki, które pozwoliły osiągnąć dynamiczny rozwój gospodarczy. Dogodne usytuowanie uzbrojonych terenów inwestycyjnych przy autostradzie A2 oraz współpraca z inwestorami spowodowały, że Gmina Stare Miasto stała się idealnym miejscem dla wielu dużych i małych inwestorów.



Kraków

Kraków to jedno z najbardziej atrakcyjnych gospodarczo miast Europy Środkowej, co wpływa na liczbę lokowanych tu inwestycji zagranicznych. Do najważniejszych atutów miasta należą: potencjał demograficzny i naukowy, dostępność dobrze wykształconej kadry, korzystne położenie geograficzne oraz Specjalna Strefa Ekonomiczna. Kraków też wskazywany jest jako najlepsza lokalizacja na świecie dla centrów usług BPO, co potwierdza lokalizacja w 2011 roku raport inwestycyjny Konferencji Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju (UNCTAD). O sile dynamicznie rozwijającego się sektora BPO świadczy ponad 60 centrów usług skupiających ponad 20 tysięcy pracowników. Kraków to także miasto z wielowiekową tradycją oraz bogatą ofertą kulturalną i artystyczną, przyciągającą corocznie miliony turystów. Miasto, w którym nowoczesność spotyka się z historią.



Białystok

Białystok to miasto dynamicznie rozwijające się, przyjazne mieszkańcom. Czystość, świeże powietrze, parki i ogrody to tylko niektóre z naszych atutów. Dzięki zwartej zabudowie i sprawnej komunikacji publicznej mieszkańcy przemieszczają się po mieście szybko i komfortowo. Białystok to prężny ośrodek akademicki i naukowy.

Białystok to także atrakcyjne miejsce inwestycji. Oferta Podstrefy Białystok Suwalskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej to około 30 ha uzbrojonych terenów inwestycyjnych. W sąsiedztwie Podstrefy powstaje Białostocki Park Naukowo-Technologiczny, który ma być wsparciem dla innowacyjnych firm.

Białystok dba także o rozwój edukacji, kultury i sportu. W mieście powstaje Opera i Filharmonia Podlaska, stadion miejski. Dzięki nim stolica Podlasia zyska obiekty niezbędne do organizacji ciekawych imprez kulturalnych czy sportowych.



Gmina Kórnik

Gmina Kórnik to obszar leżący w samym sercu Wielkopolski, tuż obok Poznania. Jego korzystne położenie – w połowie drogi pomiędzy Berlinem a Warszawą, ma znaczący wpływ nie tylko na rozwój gospodarczy, ale i turystyczny. Tutejsze jeziora oraz lasy stanowią największy naturalny skarb regionu i są wymarzoną miejscem dla rekreacji i wypoczynku. Zapraszamy do Kórnika tych, których przyciąga miejsce o bogatej przeszłości (XIV-wieczny Zamek Kórnicki), i tych, którzy chcą odpocząć od zgiełku miasta i pospacerować po urokliwych alejkach Arboretum, bądź wzdłuż kórnickiej Promenady im. Wisławy Szymborskiej.



Gmina Trzebnica

Gmina Trzebnica położona jest w północnej części Dolnego Śląska, w pasie malowniczych Wzgórz Trzebnickich, gdzie bogata historia przeplata się ze współczesnym, rekreacyjnym charakterem miasta i gminy. Trzebnicki rynek, nowoczesne parki, liczne place zabaw, miejsca do rodzinnych gier zespołowych, atrakcyjne ścieżki zdrowia, fontanny wpływają pozytywnie na wizerunek miasta i gminy, w której można odpocząć od wielkomiejskiego zgiełku. Wspaniałą nową rodzinną atrakcją są zmodernizowane ścieżki Lasu Bukowego oraz przyległe zrewitalizowane stawy trzebnickie, a także najnowocześniejszy w regionie Trzebnicki Park Wodny „Zdrój”. Dynamiczny rozwój Gminy Trzebnica oraz nakłady poniesione w ostatnich latach na rozwój infrastruktury pozwalają na nowo odkryć to, co w naszej gminie najpiękniejsze.



Prof. Henryk Skarżyński doktorem honoris causa Uniwersytetu Warszawskiego

W dniu 13 lipca 2012 roku prof. Henryk Skarżyński otrzymał tytuł doktora honoris causa Uniwersytetu Warszawskiego przyznany na wniosek Władz Dziekańskich i Rad Wydziału Zarządzania i Wydziału Biologii. Prof. Skarżyński został trzecim w historii Uniwersytetu Warszawskiego lekarzem, który otrzymał to zaszczytne wyróżnienie.

Ta wyjątkowa uroczystość odbyła się na Wydziale Zarządzania z udziałem najwybitniejszych przedstawicieli świata nauki.

Tytuł doktora honoris causa nadany przez Senat Uniwersytetu Warszawskiego z inicjatywy środowiska naukowego związanego z dziedziną zarządzania i biologii został przyznany prof. Henrykowi Skarżyńskiemu za opracowanie i wdrożenie produktów innowacyjnych w medycynie polskiej i światowej – programu leczenia całkowitej głuchoty za pomocą implantów ślimakowych oraz programu leczenia częściowej głuchoty, licznych produktów innowacyjnych, programu wczesnego wykrywania wad słuchu i mowy, nowych narzędzi diagnostycznych i systemów służących rehabilitacji, jak np. pierwsza w świecie krajowa sieć teleaudiologii.

Tytuł doktora honoris causa to honorowy stopień naukowy nadawany przez uczelnie osobom wybitnym i szczególnie zasłużonym dla nauki, kultury. Prof. Henryk Skarżyński ten zaszczytny tytuł otrzymał już drugi raz. Został doktorem honoris causa Akademii Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej w Warszawie w roku 2011.

Patriarcha Cyryl w Polsce

Jednym z wydarzeń sierpnia relacjonowanych przez światowe media i związanych z Polską była wizyta głowy kościoła prawosławnego Rosji, patriarchy Cyryla. Komentatorzy podkreślają, że to przełom na drodze zgody między dwoma krajami, które od wieków dzielą kwestie polityczne i religijne. Podczas oficjalnego powitania Cyryla w Warszawie duchowny podkreślił, że zarówno w Polsce, jak i w Rosji dominuje wiara chrześcijańska, co tworzy płaszczyznę porozumienia między katolicyzmem i prawosławiem. Szczególną uwagę zwrócono na podpisanie na Zamku Królewskim w Warszawie przez patriarchę Rosji Cyryla i arcybiskupa Józefa Michalika apelu o pojednanie. Wspólny tekst stwierdza m.in., że przebaczenie jest pierwszym i najważniejszym krokiem w kierunku wzajemnego zaufania, które jest niezbędnym elementem trwałej społeczności i pełnego pojednania między ludźmi. Część komentatorów w zagranicznych mediach, omawiając wizytę Cyryla w Polsce, poruszyła również sprawę Pussy Riot. Punkowy zespół protestował podczas ceremonii w głównej moskiewskiej katedrze przeciwko nadużyciom władzy Władimira Putina. Ogłoszenie wyroku skazującego artystki na karę łągu zbiegł się w czasie ze wspomnianą wizytą patriarchy w Polsce.



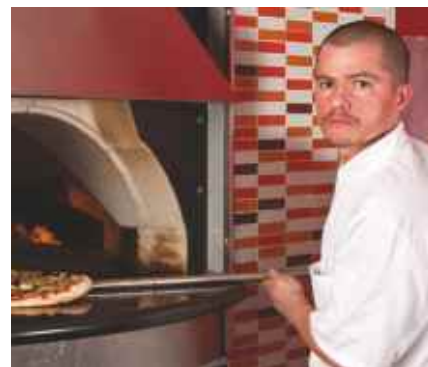
Polski wynalazek i sukces



Nie pierwszy raz polski student został laureatem międzynarodowego konkursu związanego z nowymi technologiami, ale ostatni sukces ma wyjątkowe oblicze. Dotyczy najmodniejszych ostatnio urządzeń mobilnych, służy potrzebom ludzi pokrzywdzonych przez los i ma komercyjny potencjał. Karol Stosik z Politechniki Gdańskiej został wicemistrzem największego na świecie konkursu technologicznego dla studentów „Imagine Cup 2012”. Opracował aplikację umożliwiającą czytanie alfabetem Braille'a na smartfonie. Karol jest studentem piątego roku informatyki na Politechnice Gdańskiej. Udział w światowym finale konkursu w Sydney dał mu tytuł wicemistrza świata i czek na cztery tysiące dolarów. Wynalazek – aplikacja na smartfona – zwie się ZZ Braille Reader. Pozwala osobom niewidomym czytać na telefonie e-booki, notatki i inne teksty. Aplikacja pracuje w trybie online i offline. Dane są bezprzewodowo synchronizowane z komputerem. Ciekawy „patent” kryje się nawet w nazwie programu. Została pomyślana w ten sposób, że rozpoczyna się od dwóch liter „z”. Tym samym aplikacja będzie łatwiejsza do zlokalizowania dla niewidomych, bo znajdzie się zawsze na końcu alfabetycznej listy.

Brytyjski portal: *znów przyjadą Polacy*

Jak donosi portal emigrate.co.uk, który cytują niektóre brytyjskie media, w Polsce nastąpił ekonomiczny zastój, co spowoduje ponowny napływ emigrantów z nad Wisły. Według przedstawionej informacji w Polsce coraz więcej ludzi ma problemy ze znalezieniem pracy, co zmusza szczególnie osoby młode do poszukiwania perspektyw za granicami kraju. Wielka Brytania nie będzie jedynym krajem emigracji Polaków, nasi rodacy wyjadą również do Holandii, Norwegii i Niemiec. W Zjednoczonym Królestwie mieszka na stałe około miliona obywateli Polski. Według danych NBP z każdym rokiem rośnie wartość prywatnych przekazów pieniężnych płynących z zagranicy. Na wzrost tendencji emigracyjnych wpływ ma dotychczas do osób, które wyjechały za granicę, kolejnych członków rodzin i grup znajomych.



Impreza gigant na Narodowym



Największe w Polsce wydarzenie sportowe – Euro 2012 – generalnie spełniło pozytywne oczekiwania zarówno rodzimych uczestników, jak i gości z zagranicy. Monumentalny pomnik upamiętniający chwile sportowych uniesień, Stadion Narodowy, po odegraniu najważniejszej roli czeka na rolę pomniejszą i poszukuje dla siebie formuły. Z prestiżowej lokalizacji korzystały już przedsiębiorstwa, wynajmując łóżka lub części obiektu przy okazji organizowanych eventów. Pod koniec sierpnia stadion po raz pierwszy został wynajęty w całości – przez strażaków. Na Narodowym zorganizowali festyn z okazji 20-lecia Państwowej Straży Pożarnej oraz odbywającego się co pięć lat zjazdu Krajowego Związku Ochotniczych Straży Pożarnych RP. Na płycie stadionu odbyła się wystawa potężnych pojazdów strażackich, koncert i pokaz musztry parady orkiestr strażackich, pokaz grup ratownictwa wysokościowego. Nie zabrakło licznych atrakcji dla najmłodszych i występów popularnych zespołów. Impreza była bezpłatna, a do uczestnictwa uprawniało imienne zaproszenie. W Ochotniczej Straży Pożarnej działa w sumie 700 tysięcy ludzi, a strażaków zawodowych jest 30 tysięcy. Ogromny festyn to forma podziękowania dla walczących z żywiołami za ich oddanie i pracę. Za wynajem stadionu zapłaciła fundacja Edura. Kwota transakcji nie została ujawniona.



29 października 2008

Wyprodukowany zostaje ostatni autobus marki Jelcz

Był nim Jelcz M083C przeznaczony dla MPK Kraków. Wyprodukowany przez Zakłady Samochodowe Jelcz S.A. (dawniej Jelczańskie Zakłady Samochodowe), które od lat 50. XX wieku zaopatrywały miasta i zakłady pracy w autobusy i samochody ciężarowe pod marką Jelcz. Jednym z pierwszych pojazdów opracowanych w fabryce był tzw. autobus zastępczy, który powszechnie nazywany był „Stonką”. Na podwoziu samochodu ciężarowego Star 20 zbudowano zamknięte nadwozie szkieletowe, które pozwalało na przewóz 25 pasażerów. Kultowym modelem był też Jelcz 043 – autobus międzymiastowy, produkowany w latach 1959–1986 jako licencyjna odmiana czechosłowackiego autobusu Škoda 706 RTO. Z powodu swojego wyglądu zwany był potocznie „ogórkiem”.



18 listopada 1989

Wiadomości TVP1 zastąpiły Dziennik Telewizyjny

Wiadomości powstały w miejsce Dziennika Telewizyjnego, programu będącego symbolem propagandy PRL. Pierwsze wydanie Wiadomości pod redakcją Jacka Snopkiewicza poprowadził Wojciech Reszczyński. Twórcy Wiadomości mieli zaledwie 24 godziny na przygotowanie studia. Postanowili, że pierwsze wydanie zostanie nadane sprzed białej ściany, aby podkreślić, iż zaczynają od początku, od zera. Wojciech Reszczyński przywitał się słowami: „18 listopada, sobota. Dobry wieczór, mam nadzieję, że program ten z dnia na dzień będzie zdobywać państwa zaufanie. Wiadomości w naszym nowym dzienniku będą dobre albo złe, oby tych ostatnich jak najmniej, ale zawsze prawdziwe”.

1 października 1936

Zwodowano niszczyciel ORP Błyskawica

We wrześniu 1935 roku miało miejsce położenie stępki w stoczni J. Samuel White & Co. Ltd. w Cowes (Wielka Brytania). Niszczyciel typu Grom wprowadzono do służby Marynarki Wojennej w 1937 roku. Do wybuchu II wojny światowej jeden z najszybszych i najnowocześniejszych niszczycieli świata. Jedyny ocalały polski okręt zbudowany przed wojną, najstarszy na świecie wciąż istniejący niszczyciel oraz jedyna istniejąca jednostka koalicji antyhitlerowskiej, która walczyła od pierwszego do ostatniego dnia wojny. Od 1976 roku pełni rolę okrętu-muzeum (zastąpił w tej roli ORP „Burza”) i kotwiczony przy Molo Południowym (przedłużenie Skweru Kościuszki) w Gdyni.



20 października 1923

W Wolnym Mieście Gdańsku wprowadzono guldena gdańskiego

Gulden gdański został wprowadzony decyzją Senatu Wolnego Miasta Gdańska oraz przez wydanie nowej ordynacji menniczej. 31 grudnia 1923 roku ustalono kurs wymiany na 750 miliardów inflacyjnych marek niemieckich za 1 guldena gdańskiego. Z początkiem 1924 roku wycofano z obiegu markę niemiecką i zastępczy pieniądz lokalny, a gulden stał się jedynym środkiem płatniczym w Gdańsku. Bank Gdański emitował pieniądz papierowy o nominałach od 10 do 1000 guldenów. Do obiegu wprowadzono również monety z brązu, mosiądzu, niklu, srebra i złota.

24-27 września

II Europejski Kongres Małych i Średnich Przedsiębiorstw

W ramach tegorocznej edycji zaplanowano ponad 60 paneli dyskusyjnych, w których weźmie udział ponad 250 prelegentów z Polski i zagranicy, a liczba uczestników szacowana jest na sześć tysięcy. Tematami wiodącymi tegorocznego kongresu są: nowoczesne zarządzanie w mikro, małej i średniej firmie, internacjonalizacja przedsiębiorstw – biznes bez granic oraz innowacje dla MSP, natomiast głównym celem spotkania będzie przekazanie informacji na temat aktualnych wyzwań dla przedsiębiorcy we wszystkich procesach zarządczych w firmie. Podczas poszczególnych paneli eksperci oraz doświadczeni menedżerowie polskich i europejskich firm będą przedstawiać aktualne trendy i kierunki w zarządzaniu, które na co dzień są troską każdego przedsiębiorcy. Więcej na: <http://kongresmsp.eu>



12 października

XII Międzynarodowe Forum Gospodarcze Gdynia 2012



Już po raz dwunasty Gdynia stanie się miejscem dyskusji na temat najważniejszych aspektów rozwoju społeczno-gospodarczego. Podczas gdyńskich wykładów, debat i konsultacji tradycyjnie nie zabraknie międzynarodowego grona prelegentów oraz najaktywniejszych przedstawicieli środowiska nauki i biznesu. W ramach tegorocznej edycji forum odbędą się trzy panele tematyczne: Gospodarka Morska, Przemysł Czasu Wolnego oraz Panel Środowiskowy. Wiodącymi tematami konferencji będą: „Główne sektory polskiej gospodarki morskiej – strategia rozwoju”, „Moda na sport. Szanse, zagrożenia i praktyczne doświadczenia” oraz „Gospodarka odpadami – wyzwania, którym musimy sprostać”. Więcej na: <http://2012.forum.gdynia.pl>

6 listopada

Ranking Samorządów Zrównoważonego Rozwoju 2012

W tym roku już po raz dziewiąty Wydział Administracji i Nauk Społecznych Politechniki Warszawskiej zaprezentuje ranking Zrównoważonego Rozwoju Jednostek Samorządu Terytorialnego. Wyniki rankingu poznamy podczas konferencji „Samorząd Zrównoważonego Rozwoju”, organizowanej 6 listopada br. w Warszawie, w gmachu Sejmu RP. Współorganizatorem konferencji jest Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego, która również wspiera promocję najlepszych polskich samorządów, wyłaniając laureatów konkursu „Teraz Polska” dla Gmin. Zrównoważony rozwój to taki, w którym poszczególne rodzaje zasobów gminnych (w tym zasobów naturalnych) są wykorzystywane racjonalnie, przez co rozwój gminy jest trwały i odbywa się bez szkody dla przyszłych pokoleń.



7-8 listopada

V Europejskie Forum Gospodarcze – Łódzkie 2012

Nadrzędnym celem jubileuszowej edycji forum jest wzmocnienie współpracy międzyregionalnej, jako skutecznego instrumentu stymulującego rozwój gospodarczy. Śladem lat ubiegłych, podczas forum planuje się sesje plenarne, debaty i panele dyskusyjne, w tym dotyczące branż: ekologiczne rolnictwo i przetwórstwo rolno-spożywcze, energetyka i budownictwo pasywne, bio- i nanotechnologie, IT/ICT, innowacyjny przemysł lekki, przemysł mody, infrastruktura i transport. Dodatkowym atutem EFG będzie część wystawiennicza, która zgromadzi wiodących producentów z innowacyjnych, dynamicznie rozwijających się sektorów gospodarki. Więcej na: <http://www.forum.lodzkie.pl>



Teraz Polska podbija Chiny



Zrealizowanie inwestycji w Chinach, które są największym jednolitym rynkiem w gospodarce globalnej, to wyśmienita szansa, ale także ogromne wyzwanie dla każdego przedsiębiorcy. Polska firma zaryzykowała i jest obecna na rynku chińskim. Laureatem tegorocznej edycji konkursu „Teraz Polska” w kategorii Inwestycje została Grupa Selena. Wyróżnienie zostało przyznane za zakład pian poliuretanowych w chińskim Nantongu.

Budowa polskiej fabryki w Chinach rozpoczęła się 1 grudnia 2009 roku. Nantong to ważny ośrodek na przemysłowej i gospodarczej mapie Państwa Środka. Stanowi centrum przemysłu bawełnianego, elektronicznego, spożywczego, chemicznego oraz maszyn włókienniczych i hafciarstwa. Selena była pierwszym i nadal pozostaje jedynym polskim inwestorem w strefie Nantong. Oczywiście wybór lokalizacji inwestycji podyktowany był przede wszystkim względami

biznesowymi, ale nie tylko – tamtejszy łagodniejszy klimat jest bardziej odpowiedni dla pian poliuretanowych, które podczas produkcji nie lubią dużej wilgoci. Dodatkowo położenie w strefie ekonomicznej blisko Szanghaju ułatwia dostawy surowców i skraca dystans do klienta – odbiorcy pian poliuretanowych zlokalizowani są głównie na północy kraju. Obok państw Europy Środkowej i Wschodniej Chiny stanowią dla Grupy Selena jeden z kluczowych rynków dla realizacji strategii rozwoju. Uruchomienie produkcji w Nantongu zaplanowano, aby zwiększyć konkurencyjność produktów, które wcześniej dostarczano z zakładów w Polsce. Celem biznesowym było wzmocnienie pozycji rynkowej Seleny w Chinach.

Kamień węgielny pod budowę fabryki Seleny w Nantongu wmurowany został 24 listopada 2009 roku. W uroczystości udział wzięli: Tadeusz Chomicki – ambasador Polski w Chinach, Lan Shaomin – burmistrz Nantongu oraz liczni przedstawiciele specjalnej strefy ekonomicznej NETDA i władz miasta Nantong. Przygotowanie obiektu do celów produkcyjnych zajęło około półtora roku; w efekcie powstał nowoczesny zakład wytwarzający piany poliuretanowe. Przyjęto do pracy zarówno polskich, jak i chińskich specjalistów, aby uzyskać efekty łączenia najlepszych cech obu kultur.

Z początkiem grudnia 2010 Grupa Selena uruchomiła pilotażową produkcję pian. Pierwsze serie, wyprodukowane w Nantongu, testowane były na terenach sześciu prowincji: Hebei, Jiangsu, Anhui, Hunan, Shanghai i Sichuan. Zgodnie ze strategią – zakładającą dostarczanie klientom produktów najlepiej dostosowanych do ich potrzeb – na rynek chiński Selena opracowała specjalne receptury. W 2011 roku produkcja w Nantongu skoncentrowana była na wytwarzaniu pian montażowych, po rozbudowie zakład będzie mógł produkować także kleje i uszczelniacze. Docelowo wartość sprzedaży z tej fabryki wyniesie 30–35 mln euro rocznie. Selena równolegle rozwija w Chinach działalność handlową oraz produkcyjną. Pierwszą inwestycją Seleny w tym kraju była spółka joint venture Foshan Chinuri Selena Chemical Co. Ltd, założona w 2007 roku, zajmująca się produkcją uszczelnaczy (silikony, akryle, etc.) na rynek chiński oraz kraje centralnej Azji. W tym samym roku utworzono też spółkę Selena Shanghai Trading Co. Ltd., która dostarcza Chinom szeroką ofertę produktową Seleny.



Grupa Seleno to globalna struktura biznesowa opierająca się na polskim kapitale. Liczy 30 spółek, działa na 70 rynkach, ma zakłady produkcyjne na czterech kontynentach (w Polsce, Brazylii, Korei, Chinach, USA, Rumunii, Turcji oraz w Hiszpanii). W 2011 roku osiągnięto obroty w wysokości miliarda złotych. Niemal 70 proc. sprzedaży jest generowana za granicą. Seleno oferuje szeroką gamę produktów przeznaczonych zarówno dla profesjonalnych wykonawców, jak i użytkowników indywidualnych – główne marki to Tytan, Artelit oraz hiszpańska Quilosa. Seleno jest jednym z trzech największych światowych producentów piany poliuretanowej używanej do montażu okien i drzwi. Grupa w swojej ofercie posiada piany, uszczelniacze, kleje, produkty do hydroizolacji, systemy ociepleń, zamocowania oraz produkty komplementarne. Od kwietnia 2008 roku akcje spółki holdingowej – Seleno FM SA – notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Grupa Seleno była wielokrotnie nagradzana w najbardziej prestiżowych rankingach. Otrzymała m.in. tytuły: Diament Forbesa, Perta Polskiej Gospodarki, a ostatnio – za zrealizowanie spektakularnej inwestycji – nagrodę „Teraz Polska”.

Krzysztof Domarecki, przewodniczący Rady Nadzorczej Seleno FM SA: Godło „Teraz Polska” jest jednym z najbardziej prestiżowych i istotnych wyróżnień dla inicjatyw gospodarczych i samorządowych w Polsce. To dla nas ważne, że doceniono wysiłek włożony przez Grupę Seleno w rozwijanie polskiej przedsiębiorczości na świecie. Realizowana przez Seleno strategia rozwoju skoncentrowana na osiągnięciu silnej pozycji zarówno w Polsce, jak i na światowych rynkach chemii budowlanej, przynosi pozytywne efekty, jednocześnie promując Polskę. Uważamy, że aby liczyć się na rynku globalnym, warto uwzględnić w strategii działanie na bardzo obiecującym, ale wymagającym rynku chińskim. Zakład w Nantongu w Chinach to jedyna polska inwestycja w tym rejonie. Obecnie zatrudniamy tam 90 osób z Polski oraz Chin i wytwarzamy głównie produkty marki Tytan przeznaczone na rynek chiński i na eksport.

Według danych z tegorocznego raportu KPMG obecność polskich inwestycji w Chinach jest znikoma. Ich wartość wynosi ok. 200 mln dolarów. Sporo firm polskich funkcjonuje na zasadzie spółek joint venture z przedsiębiorstwami chińskimi. W połączeniu z aktywami tamtejszych przedsiębiorstw wartość inwestycji sięga 300 mln dolarów. Duże polskie firmy, które rozwinęły działalność na chińskim rynku, to prócz Seleny m.in. Fasing, Rafako, Kopex i Bioton. Według wniosków KPMG liczba inwestycji będzie się zwiększać. Należy spodziewać się nowych projektów w sektorze wydobywczym, w przemyśle spożywczym, pojawi się także branża kosmetyczna oraz jubilerska. Eksperci podkreślają, że inwestowanie na rynku chińskim jest wymagające. Przede wszystkim trzeba poznać i zrozumieć tamtejszą specyfikę i kulturę, dostosować się do realiów. Kluczowe są nie tyle działania oficjalne, co nieformalne relacje i spotkania.



Najpierw był hymn, a później Godło „Teraz Polska”

Finał akcji „Do hymnu!” niemal zbiegł się w czasie ze zdobyciem przez Warkę (Grupa Żywiec) nagrody „Teraz Polska”. Kapituła konkursu doceniła produkt łączący tradycyjne walory warzenia piwa z nowoczesną akcją promocyjną wykorzystującą hymn narodowy.

Warka podjęła się wyjątkowego zadania, jakim było zaproszenie wszystkich Polaków do wielkiego wykonania hymnu Polski dla naszych piłkarzy. A to wszystko w przeddzień piłkarskiego święta – Euro 2012. Dwa miesiące wcześniej w trasę wyruszył autobus akcji „Do hymnu!” pełniący rolę mobilnego studia nagraniowego. Po raz pierwszy w Polsce za pośrednictwem internetu oraz uczestnictwa w imprezach organizowanych przez Warkę fani mogli dopingować piłkarzy. Akcja została zaplanowana jako pozytywna inicjatywa, która z założenia miała wzbudzać dobre emocje, przekazywać energię oraz zjednoczyć Polaków przed wielkim sportowym wydarzeniem. Wsparcia udzielili m.in. Krystyna Janda, Włodzimierz Lubański i Michał Żewłakow, którzy za pośrednictwem spotów telewizyjnych przekonywali o jednoczącej sile hymnu.

Ponad 72 tysiące nagrań, 50 miast, 12 tysięcy kilometrów trasy w niespełna 60 dni. Mieszkańcy kilkudziesięciu miast ujęci wielkimi, sportowymi emocjami czynnie przyłączyli się do akcji. Husarskie skrzydła – symbol Warki, oficjalnego sponsora reprezentacji Polski, stały się także symbolem jedności, która uczyniła akcję „Do hymnu!” wyjątkową i zjednała jej tysiące zwolenników. W sumie zarejestrowano ponad 72 tysiące głosów. Rekordowa liczba osób zaśpiewała w Zakopanem – ponad dwa tysiące. We wszystkich miastach, które odwiedził warecki autobus, rejestrowano po kilkaset głosów. Nie tylko kibice wspierali swoją drużynę. W Częstochowie wśród niemal 800 śpiewających prawdziwie płomienny zapał do kibicowania pokazali członkowie Ochotniczej Straży Pożarnej z Gnaszyna. W Katowicach do hymnu stanęli uczestnicy Silesia Marathonu, pełni sportowego ducha życzyli go również naszym piłkarzom. W Wałbrzychu zarejestrowano chyba najbardziej wyjątkowe w całej akcji wykonanie „Mazurka Dąbrowskiego” – kilkadziesiąt osób niedostających wykonało hymn w języku migowym!



O piwie Warka i Godle „Teraz Polska”

Izabela Głodek, Marketing Manager Warka, Żywiec SA

W jedenastu wareckich piwiarniach Dariusz Szpakowski i Michał Olszański prowadzili spotkania z byłymi kadrowiczami, m.in. Dariuszem Dziekanowskim i Andrzejem Juskowiakiem. W sumie nagrano tam niemal półtora tysiąca osób – wiernych kibiców polskiej reprezentacji.

Dzięki specjalnej aplikacji, dostępnej na stronie www.dohymnu.pl, dosłownie wszyscy mogli stać się częścią wielkiej społeczności, która wspólnie z Warką wspierała reprezentację narodową.

Największe w historii nagranie „Mazurka Dąbrowskiego” zostało przekazane kadrowiczom w piątek 1 czerwca 2012, tuż przed rozpoczęciem Euro.

Natomiast w poniedziałek, 11 czerwca, w Teatrze Wielkim wręczono nagrody w prestiżowym konkursie „Teraz Polska”. Laureatem wyróżnienia w kategorii produktów spożywczych została Warka. Kapituła Godła Promocyjnego „Teraz Polska” doceniła połączenie tradycji i nowoczesności.

Warka to polska marka piwna głęboko zakorzeniona w rodzimej tradycji browarniczej i świadomości konsumentów. Historia browaru w Warce sięga jeszcze średniowiecza, a współcześnie piwo produkowane jest tam od 1975 roku, czyli od ponad 35 lat. Warka to też jedyna w Polsce nazwa piwa związana bezpośrednio z browarnictwem – „warka” to porcja piwa uzyskiwana z jednego warzenia.

Do produkcji piwa Warka wykorzystujemy wyłącznie polski chmiel i najwyższej jakości surowce, a tradycyjna receptura w połączeniu z nowoczesną technologią i najlepszymi osiągnięciami sztuki piwowarskiej pozwala uzyskać trunki o charakterystycznej goryczce i słodczy, który od lat cieszy się uznaniem konsumentów. Potwierdza to stale rosnąca sprzedaż piwa Warka (w czerwcu wzrost o ponad 20 proc.) oraz kolejne laury zdobywane przez tę markę (Piwo Roku – nagroda Rynków Alkoholowych przyznana w latach 2003, 2004, 2010; Superbrands 2011).

Czujemy się uprawnieni do tego, by mówić, że Warka to prawdziwie polska marka piwna. Naturalną decyzją było więc zgłoszenie jej do konkursu „Teraz Polska” promującego polskie produkty i rodzimą tradycję zarówno w kraju, jak i za granicą. Godło „Teraz Polska”, którym sygnowane są wyroby i usługi wyróżnione w konkursie, od lat jest potwierdzeniem wysokiej jakości i polskiego pochodzenia produktu. Polacy znają ten znak i ufają mu. Aż 81 proc. konsumentów, którzy spotkali się z Godłem „Teraz Polska”, dokonało zakupu sygnowanych nim produktów i usług.

Zgłaszając Warkę do konkursu „Teraz Polska”, byliśmy przekonani, że kapituła doceni walory naszego piwa, a zdobyte wyróżnienie stanie się potwierdzeniem naszych kompetencji i wysokiej jakości piwa. Teraz z dumą będziemy prezentować Godło „Teraz Polska” na opakowaniach Warki.



XXIII edycja konkursu „Teraz Polska” rozpoczęta

Zgłoszenia do 15 stycznia 2013 roku



Tradycyjnie już we wrześniu Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego zainaugurowała kolejną edycję konkursu „Teraz Polska”. To jeden z najstarszych konkursów jakości w Polsce, organizowany nieprzerwanie od dwóch dekad. W tym czasie wzięło w nim udział prawie 4500 tys. firm, a ponad 500 uzyskało możliwość posługiwania się tym najbardziej rozpoznawalnym znakiem jakości w Polsce.

Na zwycięzców najbliższej edycji czeka pakiet promocyjny, w postaci prawa do posługiwania się Polskim Godłem Promocyjnym „Teraz Polska”, zniżki na reklamy w mediach współpracujących z fundacją, możliwość udziału na preferencyjnych warunkach w imprezach promocyjnych współorganizowanych przez fundację, członkostwo w Klubie „Teraz Polska” zrzeszającym wszystkich dotychczasowych laureatów konkursu.

Co roku konkurs wyłania najlepsze produkty, usługi, przedsięwzięcia innowacyjne, a także gminy. Nagroda w postaci Godła „Teraz Polska” to wyjątkowy instrument promocyjny, cieszący się wysokim prestiżem i uznaniem, stanowiący efektywne narzędzie budujące i umacniające markę. Przedstawiciele firm wyróżnionych w dotychczasowych edycjach konkursu podkreślają, że Godło „Teraz Polska” jest świadectwem potwierdzającym najwyższą jakość i standardy działania.

Wyniki ostatnich badań ankietowych dowodzą, że u blisko 80 proc. laureatów konkursu Godło „Teraz Polska” przyczyniło się do wzrostu sprzedaży produktów i usług. Ponadto, udział w konkursie zwiększył prestiż ich firmy i zaufanie u partnerów biznesowych. 54 proc. laureatów odnotowało także wzrost eksportu. Z kolei ponad trzy czwarte ankietowanych konsumentów kojarzy Godło „Teraz Polska” z konkursem na najlepsze produkty i usługi i z towarami najwyższej jakości. 47 proc. badanych konsumentów zadeklarowało, że dokonując zakupu, świadomie wybiera towary wyróżnione „Teraz Polska”.

Zgłoszone do konkursu produkty i usługi są oceniane i weryfikowane przez niezależnych ekspertów, specjalistów z różnych branż, pracowników instytutów i ośrodków naukowo-badawczych. Stosują oni surowe kryteria ocen. Są przy tym zobligowani do bezwzględnego zachowania w tajemnicy przebiegu oraz wyników swojej pracy. Zarówno w przypadku weryfikacji produktów, jak i usług, w trakcie ocen szczególnie nacisk kładziony jest na poziom jakości przedmiotu zgłoszenia, jego nowoczesność i innowacyjność, niezawodność oraz efektywność działania firmy. Wszystkie oceny dokonywane są na podstawie przesłanych przez uczestników konkursu ankiet weryfikacyjnych. Niejednokrotnie koszty takiej profesjonalnej oceny w komercyjnych laboratoriach byłyby znacznie wyższe od opłaty pobieranej od uczestników. Jest to również ogromna zaleta konkursu.

Dzięki uniwersalności głównego kryterium oceny – wysokiej jakości, szansę na sukces w konkursie „Teraz Polska” mają zarówno firmy małe, jak i duże, firmy z branży spożywczej, chemicznej, jak i maszynowej, firmy produkcyjne, jak i świadczące usługi. Prestiż i wiarygodność konkursu umacnia również skład kapituły, której członkami są uznane autorytety: naukowcy, przedsiębiorcy, artyści.

Firmy zainteresowane udziałem w najbliższej edycji konkursu powinny w pierwszej kolejności zarejestrować się na stronie www.terazpolska.pl, a następnie do dnia 15 stycznia 2013 roku przesłać do Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego wypełnioną ankietę weryfikacyjną.

Szczegółowe informacje o konkursie można uzyskać na stronie www.terazpolska.pl oraz w fundacji pod numerami telefonów: 22 826 01 91, 22 201 26 90.

Wyniki badań konsumentów dot. Godła „Teraz Polska” w 2011 roku



Od 20 lat Godło „Teraz Polska”
jest synonimem najwyższej jakości
produktów i usług.
Promuje innowacyjność, konkurencyjność
oraz przedsiębiorczość.



Ruszyła kolejna edycja konkursu.

Zgłoś się

www.terazpolska.pl



TERAZ POLSKA KURS NA SUKCES



Polska to ciągle kraj niezwykłych możliwości

Z Jerzym Starakiem, właścicielem Polpharmy, której Maxigra zdobyła w tym roku zaszczytne Godło „Teraz Polska”, o zwycięskim produkcie, strategiach biznesowych i potencjale Polaków rozmawia Adam Mikołajczyk.



Adam Mikołajczyk: Pretekstem naszej rozmowy jest zdobycie przez Maxigrę prestiżowego Godła „Teraz Polska”. Najpierw jednak chciałbym zapytać o pana zamiłowanie do sztuki, otaczanie się dziełami słynnych twórców: rzeźby Mitoraja i Dunikowskiego, obrazy Fangora, Lebensteina, Pągowskiej... Czy genezą tego zainteresowania są Włochy, do których trafił pan w pierwszych latach swojego dorosłego życia?

Jerzy Starak: Włochy są kolebką kultury i faktycznie od lat kraj ten jest bliski memu sercu. Sardynia to mój drugi dom, w którym spędzam znaczną część czasu. Zawsze miałem słabość do sztuki. I na pewno wyjazdy do Włoch tylko pogłębiły tę fascynację. Kolekcjonuję dzieła sztuki, ale przy wyborze kieruję się nie ceną rynkową dzieła, a własnym gustem. Interesuję się szczególnie rzeźbą, malarstwem, ale lubię także operę i fotografię. Cieszę się, że udało mi się sprowadzić do Warszawy dzieła Igora Mitoraja. Grande Toscano stoi przed siedzibą Polpharmy, a Ikaro Alato można podziwiać przed budynkiem PKOL. Posiadam w zbiorach zarówno prace docenionych na świecie artystów, jak i polskich twórców, znanych oraz młodych talentów. Powołana przeze mnie Fundacja Rodziny Staraków stawia sobie za cel m.in. wspieranie i promowanie takich twórców.

AM: Włochy to także, a może przede wszystkim, miejsce, gdzie zdobywał pan pierwsze lekcje prawdziwego „zachodniego” biznesu. Skutkiem m.in. tych nauk jest prowadzenie obecnie przez pana jednej z najbardziej innowacyjnych i efektywnych biznesowo grup przedsiębiorstw w Polsce. Czego zawodowo nauczyły (i nadal uczą) pana Włochy?

JS: Do Włoch wyjechałem w latach 70. i zbieg wielu okoliczności

sprawił, że zostałem tam na dłużej. Miałem okazję wiele się tam nauczyć – ciężko pracowałem, ale dzięki temu miałem dostęp do „prawdziwego” biznesu, o jakim w Polsce jeszcze nikt nie słyszał. Gdy wróciłem do kraju w latach 80., mogłem tę wiedzę praktycznie wprowadzić na polski rynek. Wtedy to było pomocne.

AM: A czego uczy pana Polska?

JS: Polska to ciągle kraj niezwykłych możliwości. Mnie szczególnie inspirują ludzie. W Polakach tkwi olbrzymi potencjał – są pracowici, szanują pracę, są przedsiębiorczy i wykształceni. Jest wiele dziedzin, w których odnosimy sukcesy. Mamy doskonale przygotowanych specjalistów, ale i coraz bardziej innowacyjne produkty.

Jesteśmy narodem bardzo pomysłowym i zaradnym. To pomogło nam przetrwać zarówno w ciężkich czasach poprzedniego ustroju, jak też w obecnym kryzysie. Nie załamują nas trudności i szukamy nowych dróg rozwoju.

Ta cecha polskiego społeczeństwa połączona z inwestycjami w innowacyjne rozwiązania może stać się źródłem sukcesu Polski w coraz bardziej konkurencyjnym świecie. Ale niezbędna jest ściślejsza współpraca przemysłu z ośrodkami naukowymi, aby nowatorskie projekty mogły znaleźć swoje zastosowanie w praktyce.

Chciałbym, aby Polska w niedalekiej przyszłości była krajem nowoczesnych technologii, twórczych pomysłów, które pchają nas stale do przodu, oraz kreatywnych ludzi, którzy cały czas chcą zmieniać świat na lepsze.

AM: W pana biznesowym życiorysie, pomiędzy okresem włoskim a Polpharmą, jest jeszcze jeden kluczowy element – firma polonijna Comindex. To tam pojawiły się pierwsze duże pieniądze i międzynarodowe kontrakty. Już wtedy dało się wyczuć, że wyprzedza pan w podejściu do biznesu panujące w Polsce zasady. Wystarczy wspomnieć telewizyjną kampanię reklamową słynnej Currary. Twierdził pan później: „Robiłem te reklamy bardziej dlatego, że tak się robi na świecie, niż z potrzeby nagłośnienia produktu, bo przecież w tamtych latach w Polsce wszystko, co się wyprodukowało, było natychmiast sprzedawane”. Czy biznesowej intuicji można się nauczyć, czy trzeba się z tym urodzić?

JS: Wielu rzeczy można się nauczyć, z niektórymi umiejętnościami dobrze jest się urodzić, ale do tego dodałbym jeszcze szczęście, odwagę i zaufanych doradców.

AM: W wywiadach, których zresztą ze świecą szukać w polskiej sferze medialnej, podkreśla pan, że najtrudniejszym okresem dla pana biznesu był czas transformacji, z niestabilnym systemem prawnym, galopującą inflacją i sztywnym kursem dolara. Czy nie miał pan wtedy myśli, by odpuścić sobie działalność w Polsce i przenieść się na stałe na Zachód?

JS: W latach 80. rozpocząłem działalność od prowadzenia firmy polonijnej. To były specyficzne czasy. Prywatny biznes był mocno reglamentowany przez władzę, spotykaliśmy się z licznymi ograniczeniami, różnymi limitami. Nasza znajomość reguł wolnego rynku i zachodniej gospodarki była mglista. Każdy dzień przynosił nowe wyzwania, doświadczenia i nową porcję wiedzy z zakresu zarządzania, sprzedaży, a z czasem marketingu. Kierowaliśmy się przede wszystkim intuicją, odwagą i entuzjazmem. Z drugiej strony istniał gigantyczny głód rynku właściwie przy braku konkurencji. Rynek stwarzał olbrzymie możliwości. Wszystko, co zostało wyprodukowane, cieszyło się olbrzymią popularnością.

Zawsze lubiłem łączyć zdobyte za granicą doświadczenia z praktyką w polskich realiach, i nie brałem pod uwagę wyjazdu na stałe z Polski. W obecnych czasach, w dobie internetu i najnowszych technologii, z każdego miejsca na świecie można zarządzać biznesem. Lubię podróże, kocham Włochy, ale nie wyobrażam sobie świąt Bożego Narodzenia bez pobytu w Zakopanem.

AM: Unika pan mediów, niechętnie udziela wywiadów, jeszcze rzadziej pokazuje się w telewizji. Skąd taka niechęć?

JS: Nie unikam mediów, ale też nie odczuwam potrzeby wzbudzania zainteresowania moją osobą. Nie widzę potrzeby reklamowania swojej osoby. Jestem zdania, że lepiej, aby o mnie i prowadzonej przeze mnie działalności świadczyły dokonania oraz wyniki finansowe moich firm, a nie moja obecność w prasie czy telewizji.

AM: Zostawmy przeszłość i przejdźmy do zwycięskiego produktu – Maxigry. Historia powstania, z rzekomą walką z Pfizerem w tle, jest już legendą. Jak byto naprawdę, skąd się wziął pomysł na „polską viagrę”?

JS: Maxigra – pierwszy polski produkt wspomagający erekcję, a zarazem pierwszy odtwórczy odpowiednik sildenafilu w Unii Europejskiej wprowadzony został przez Polpharmę na nasz rynek osiem lat po globalnym debiucie Viagry firmy Pfizer. Maxigra to przede wszystkim dowód na praktyczną, przeprowadzoną z sukcesem współpracę polskich naukowców i polskiej firmy farmaceutycznej. Metoda syntezy substancji czynnej leku (cytrynianu sildenafilu) została opracowana wspólnie przez Instytut Farmaceutyczny i Polpharmę. Jest ona w pełni innowacyjna, alternatywna i absolutnie odmienna od metod stosowanych przez inne firmy obecne na rynku. Wynalazek pozwolił otrzymać sildenafil z większą wydajnością i w mniejszej liczbie operacji, niż w poprzednio stosowanej metodzie przy użyciu nieopisanych w literaturze związków wyjściowych, i przy wykorzystaniu nowego związku pośredniego, który również stanowi istotę wynalazku. Firma Polpharma wraz z Instytutem Farmaceutycznym zgłosiła sposób wytwarzania cytrynianu sildenafilu do patentu.

Wprowadzeniu Maxigry na polski rynek nie towarzyszył żaden skandal. Produkcję Viagry Amerykanie nie zadbałi o szczególną ochronę patentową technologii otrzymywania kluczowej dla leku substancji, więc nasi naukowcy z Polpharmy opracowali własną technologię.

AM: Mówi się, że pomysł na produkcję tzw. leków biopodobnych, jako tańszej alternatywy dla tych oryginalnych, to pana patent na rozszerzenie biznesu. Tak samo jak zagraniczne akwizycje.

JS: Akwizycje są drogą do osiągnięcia strategicznego celu Polpharmy, jakim jest zbudowanie pozycji lidera w Europie Środkowo-Wschodniej i centralnej Azji. W 2011 roku znacząco się do tego celu zbliżyliśmy. Do Grupy Polpharma wszedł największy lokalny producent leków w Kazachstanie – Chimpharm. Polpharma przejęła rosyjską firmę Akrikhin, a także pakiet akcji tureckiej spółki zajmującej się sprzedażą i marketingiem – Cenovapharma. Dzięki wejściu na niezwykle perspektywiczny rynek turecki otworzyły się przed nami także rynki Bliskiego Wschodu, Afryki oraz regionu Morza Kaspijskiego. Z kolei w roku 2012 Polpharma stała się właścicielem Polfy Warszawa, jednej z największych polskich firm farmaceutycznych. W najbliższym czasie zamierzamy skupić się na integracji

firm Grupy Polpharma, realizacji planów synergii i podniesieniu efektywności wspólnego działania.

Drugim celem biznesowym, nad którym obecnie pracujemy, jest rozwój obszaru leków biotechnologicznych. W tym celu budujemy nowoczesne laboratorium w Gdańskim Parku Naukowo-Technologicznym, gdzie będziemy prowadzić prace nad lekami biopodobnymi, bioulepszonymi i innowacyjnymi lekami biologicznymi.

AM: Zgodziłby się pan być doradcą premiera ds. komercjalizacji nauki? To chyba pana kolejny konik wykorzystywany w biznesie.

JS: Faktem jest, że Naukowa Fundacja Polpharmy od wielu lat angażuje się w rozwój polskiej nauki, jednak nigdy nie miałem ambicji, aby angażować się w politykę. Wolę pozostać przy biznesie. A jeśli dodatkowo mogę pomóc młodym oraz ambitnym naukowcom, którzy mają pomysł na prowadzenie przydatnych społecznie badań naukowych, to sprawia mi to wyjątkową satysfakcję.

Cieszę się, że nasza fundacja działa tak prężnie. W dziesięciu edycjach konkursu na finansowanie projektów badawczych przyznała dotychczas granty blisko 60 zespołom naukowym. Jestem przekonany, że w przeszłości przełoży się to na rozwój nauk medycznych i farmaceutycznych oraz polskich naukowców. Nie otrzymałem nigdy propozycji współpracy z premierem, ale myślę, że dobrze jest tak, jak jest. Niech każdy z nas poświęca się temu, w czym się sprawdził.

AM: Ciekawi nas także, czy myśli pan o jakimś biznesie poza farmacją. Być może jest już odpowiedni czas na ekologiczny polski fast food?

JS: Choć próbowałem swoich sił w różnych branżach, to już od wielu lat koncentruję działania na farmacji. W niej także widzę swą biznesową przyszłość. Poza produkcją leków generycznych i biotechnologicznych w należącym do mnie Herbapolu Lublin rozwijamy segment ziół, herbat, napojów i syropów. W ubiegłym roku podjęliśmy znaczący krok w celu konsolidacji rynku herbat w Polsce, dokonując akwizycji firmy Bio-Active, producenta herbat ziołowych i owocowych. W tym roku Herbapol Lublin stał się właścicielem zakładów zielarskich Herbapol w Pruszkowie. Uważam, że większą korzyść odniesiemy, koncentrując nasze działania w jednej branży, niż rozpraszając nasze nakłady.

AM: Gdzie najchętniej spędza pan wolne chwile?

JS: Odpowiem krótko: w Polsce – góry i Mazury. To wizytówki naszego kraju. Zakopane to miejsce, gdzie najchętniej spędzam wolny czas. W Tatrach wystarczy zejść z głównego szlaku, by móc sam na sam obcować z unikatową przyrodą. Uroczym miejscem można znaleźć również na Mazurach, gdzie co roku organizuję regaty dla moich pracowników. Za granicą natomiast moim drugim domem jest Sardynia.

AM: I na koniec – Jerzego Staraka pomysł na podniesienie rangi polskich produktów w świecie.

JS: Już od lat polskie produkty cieszą się uznaniem na świecie, choć często w naszym kraju nie zdajemy sobie z tego sprawy. Polskie firmy powinny coraz więcej środków finansowych przeznaczać na badania i rozwój swoich produktów. Przykładem współpracy mogą być wspólne projekty wyższych uczelni i prywatnych przedsiębiorstw. Innowacje są rezultatem pracy w dziedzinach technicznych firm oraz podczas badań akademickich.



Świat zazdrości nam emocji



Z Jurkiem Owsikiem o okolicznościach powstania i dalszej drodze Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, o kreowaniu międzynarodowej marki i znaczeniu wyróżnienia „Teraz Polska” rozmawia Kamil Broszko.

Kamil Broszko: Jak wpadł pan na pomysł założenia Orkiestry?

Jurek Owsiak: Orkiestra właściwie jest dziełem przypadku. Uczestniczyłem w rozmowie, w której padło hasło, że Centrum Zdrowia Dziecka potrzebuje sprzętu. Rozmowa toczyła się z lekarzami, którzy byli w moim wieku, była między nami otwarta atmosfera i dobra wzajemna komunikacja. Oczywiście nie mieliśmy w głowie planu na Orkiestrę w takiej postaci jak obecnie, w tamtych czasach w ogóle nie myślano

w kategoriach akcji takiej jak nasza. Wtedy wyszliśmy dopiero z okresu komuny, jeśli były prowadzone jakieś akcje dobroczynne, to najczęściej były rozmienniane na drobne, bywały nieprawdziwe, nieraz miały wymiar polityczny. Ludzie nie ufali, że jeśli przekażą swoje pieniądze organizacjom, to będzie to miało jakąś pozytywną moc sprawczą. Kiedy rozpoczynaliśmy WOŚP niczego się nie spodziewaliśmy, nie zakładaliśmy, że nagle cokolwiek wypali. Że kiedy ja o tym coś powiem, ruszy cała machina. Nie byliśmy przygotowani pod kątem biurokratycznym, formalnym. Na początku było tylko hasło, ale na szczęście ono zostało skierowane do ludzi młodych, którzy chwycili temat. Sposób rozmawiania z młodymi ludźmi, sposób zbierania pieniędzy był tak nowy, był tak od serca, że nie musieliśmy nikogo o nic pytać, po prostu od początku robiliśmy swoje i robiliśmy to dobrze. Korzystny był układ planet, bo prowadziłem program telewizyjny i audycje radiowe. W ten sposób ludzie usłyszeli o akcji. Pierwszą edycję Orkiestry zrobiliśmy porządnie, podobnie jak kolejne, i robimy to od 20 lat. Dopiero po kilku latach dowiedzieliśmy się, że są przepisy dotyczące prowadzenia zbiórek publicznych, które wcześniej były nam nieznane. Nawet nie mieliśmy cenzury w głowie, że czegoś nie możemy robić, że gdzieś nie możemy iść dalej. Wszystko robiliśmy odruchowo, a później okazało się, że zasady, które stworzyliśmy, są najprostsze, najbardziej czytelne i najłatwiejsze do zaakceptowania przez ludzi.

KB: Czy nie jest trudno rozwijać projekt, który każdy już zna i do którego każdy już się przyzwyczaił?

JO: Wręcz przeciwnie – łatwo, bo wiele osób ufa. Ludzie są otwarci na nowe propozycje działań. Kiedyś zbieraliśmy pieniądze i wydawaliśmy je na sprzęt medyczny. Obecnie rozszerzamy zakres naszej pomocy i nie odczuliśmy sprzeciwu u przekazujących datki, którzy powiedzieliby, że na jeden cel dadzą, a na inny niechętnie. My szukamy specyficznych potrzeb ludzi, które nie są zaspokojone, wąskich luk i spraw, sprawdzamy, co jeszcze moglibyśmy dla ludzi załatwić. Podobnie działają organizacje pozarządowe w innych państwach. Na przykład za walkę z rakiem w krajach bogatych odpowiada rząd, jednak gros pieniędzy pochodzi od fundacji prywatnych. Podobnie w przypadku walki z chorobą Alzheimera czy z wieloma innymi schorzeniami. Kiedy my już podejmiemy jakiś projekt, jeżeli coś realizujemy, robimy to w 100 procentach. Nikt nie odpada, nikogo nie pomijamy. Jeśli badamy dzieci z jakąś chorobą, to badamy je wszystkie. Dbamy też bardzo o wizerunek, o to, by mówić o osiągnięciach. Podkreślamy, że logistycznie działamy jak bardzo dobrze skonstruowane przedsiębiorstwo biznesowe czy handlowe. Wszystko w naszej dziedzinie staramy się robić najlepiej, jak tylko możemy.

KB: Czy myślał pan, by wyeksportować WOŚP, a jeśli tak, to czy na Zachód czy może do wschodnich sąsiadów?

JO: Już wyeksportowaliśmy. Od pięciu lat pieniądze są zbierane na Ukrainie, prowadzimy tam identyczną akcję jak u nas. Wspierają ją polscy biznesmeni, którzy zajęli się przeniesieniem naszej idei na wschód. Akcja nazywa się „Serce do serca”. Jej wolontariusze w obecnym roku zebrali równowartość około 800 tysięcy dolarów. Jak na ukraińskie warunki, jak na etap budowania u nich wolontariatu, wydaje mi się, że mamy do czynienia z cudnym ewenementem i takim kierunkiem rozwoju przedsięwzięcia, które bardzo nam się podoba. Ludzie, którzy zajmują się tamtą akcją dobroczyńną, w tym roku przygotowali również pierwszy Woodstock ukraiński. Niedaleko Lwowa, w Winnicy, będą organizowali festiwal, który jest podobny do naszego. Gdzie jest idea przewodnia – stop przemocy, stop narkotykom, gdzie nie ma biletów i gdzie ludzie zbiorą się w podobnym celu jak u nas. Wracając jeszcze do wolontariatu – na Zachodzie jest mnóstwo organizacji pozarządowych, stowarzyszeń, które zbierają pieniądze na określone cele. Wiedzą, jak się zbiera, wiedzą, po co się zbiera, potrafią to robić, mają bardzo precyzyjne przepisy dotyczące zbiórek pieniędzy i ich wydatkowania. Jedyne, czego nam zazdroszczą, to emocje, bo tam, w takiej skali jak podczas Finału WOŚP, występują one bardzo rzadko. Amerykanie działają ad hoc, jeśli na przykład wieloryby są wyrzucone na brzeg lub ludzi nawiedzi klęska żywiołowa, wszyscy skrzykują się, aby pomóc. Ale nikt nie robi regularnie tego, co my robimy. Żadna organizacja zbierająca pieniądze na pomoc innym nie sprawia, że nagle cały kraj w środku mroźnej zimy zaczyna przypominać brazylijską fiestę. Kierunek wschodni naszej ekspansji jest super. Ostatnio nawet otrzymaliśmy zapytanie z ambasady bułgarskiej, jak przygotowujemy naszą akcję, czy możemy coś doradzić i odpowiedzieć. Zawsze w takich sytuacjach jesteśmy bardzo otwarci na dzielenie się naszymi pomysłami.

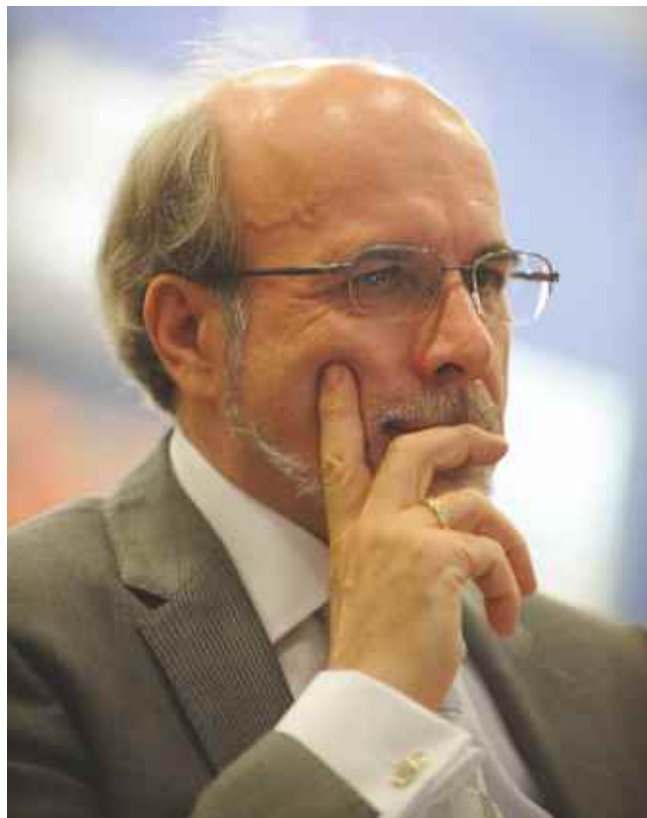
KB: Kiedy podsumowuje się okres ostatnich 20 lat, to często słychać wniosek, że Polacy nie wykreowali dobra, które byłoby globalną wartością. Ale ci, którzy ten wniosek formułują, najczęściej myślą o modnym telefonie komórkowym albo o niemieckich samochodach. Tymczasem może niebawem Polska będzie mieć markę rozpoznawaną międzynarodowo, tylko że to nie będzie marka technologiczna, a kulturalna – mam na myśli nie tylko WOŚP, ale przede wszystkim Przystanek Woodstock. Wiem, że są prowadzone systematyczne działania promujące festiwal poza granicami kraju.

JO: To jest bardzo ważne, co pan mówi. My zawsze, czy to podczas Finału WOŚP, czy podczas Woodstock, mówimy: „Made in Poland”. Zależy nam bardzo, aby sposób i zasady naszego działania były przywoływane za granicą właśnie z taką informacją – to polska idea i organizacja, polski styl działania. Często pozwalamy sobie na dyskusje, na rozmowy z dziennikarzami, z polskimi mediami, które dyskredytują nasze działania, poszukują dziury w całym, nie zajmują się naszą ideą lub nie czynią tego w stopniu wystarczającym.

Przywołam tu coroczne rozmowy z panem Pacewiczem z „Gazety Wyborczej”, który traktuje Finał WOŚP jako nudny i przewidywalny moment. Wiadomo, że ludzie zbiorą pieniądze, wiadomo, że będą się bawili i że cała Polska stanie do zbiórki. I co z tego wynika? – pytają niektórzy dziennikarze. Pan Pacewicz uważa, że jest to nudny rytuał, w związku z tym pisze o tym na szóstej stronie swojej gazety. Kiedy to mówię, nie chcę zaspokoić swojego ego, bo nie muszę, nawet mi to do głowy nie przychodzi, bo od 20 lat jestem już bardzo usatysfakcjonowany tym, co się dzieje. Próbuję tylko wytłumaczyć, że Polacy sami dyskredytują się wielokrotnie, czego wynikiem jest szal podczas Euro. Nagle zaczęliśmy mówić o sobie, że jesteśmy fajni, radośni. Dla innych narodów to jest norma. Mnie się wydaje, że m.in. dzień Wielkiej Orkiestry pokazuje, że Polacy świetnie się bawią, a równocześnie uczą się bycia dla innych, uczą się wolontariatu – te momenty i cechy warto eksponować. Stąd nieraz moje zawiedzione głosy, ale podkreślam, nie wynikają z faktu, że chcę zaspokoić głód popularności. Chciałbym tylko ludziom przypominać: bądźcie dumni, że rok w rok kilka milionów ludzi staje wraz z Orkiestrą, a Fundacja WOŚP nie daje żadnych powodów do niepokoju, czas mówi i pokazuje, że nie było żadnych afer. To jest bardzo ważne, aby mówić, że to jest „Made in Poland”, że to jest absolutnie nasze, od początku do końca jest naszym pomysłem, atmosferą, która przyciąga i zaciekawia. Wiele instytucji ten fakt podkreśla. W kalendarzach Ministerstwa Spraw Zagranicznych czy wszelkiego rodzaju wydawnictwach o Polsce zawarty jest wątek Wielkiej Orkiestry. To jest wydarzenie, które warto eksponować, pokazywać, z jednej strony element naszego codziennego życia, a z drugiej – pomoc innym i wielkie święto milionów Polaków.

KB: Czym jest dla pana wyróżnienie w konkursie „Teraz Polska”?

JO: Dostałem przepiękną statuetkę, naprawdę wspianiałą. Jest to dzieło plastyczne, które stoi u nas na stole konferencyjnym. Jest to jedyna statuetka, która stoi w tak eksponowanym miejscu, żeby każdy mógł przeczytać, za co została przyznana. Jakkolwiek przestrzegamy, żeby jej nie dotykać, bo jest przykładem wysokich lotów sztuki plastycznej. Przede wszystkim jednak nagroda oznacza dla mnie, że znaleźliśmy się wśród podmiotów wyróżnionych. Dla nas nagroda „Teraz Polska” to znak, że ciągle utrzymujemy bardzo wysokie standardy działania, które ostatecznie decydują o jakości. Król hiszpański przez 40 lat był szefem organizacji wspierającej zwierzęta. Kiedy zauważono go ze strzelbą na polowaniu, odebrano mu przewodnictwo. Moim zdaniem tak samo „Teraz Polska” śmiało miałaby prawo odebrać nagrodę komuś, kto nagle obniżył standardy działania. To ważna nagroda, którą znają wszyscy Polacy. Cieszymy się, że otrzymaliśmy ją po 20 latach, wierzę, że zasłużenie. Będzie ważnym punktem wśród najważniejszych dla nas nagród wymienianych jednym tchem.



Profesor Wiesław L. Nowiński

Jest wybitnym naukowcem o światowej renomie, prowadzi innowacyjne badania i jest twórcą stosowanych na całym świecie wdrożeń. Ukończył Wydział Elektroniki Politechniki Warszawskiej. Następnie doktoryzował się na Politechnice Łódzkiej u profesorów Kąckiego i Roszkowskiego. Habilitację uzyskał w Polskiej Akademii Nauk. Wspomina, że początkowo idea pracy w Singapurze była powiązana z hobby – chęcią żeglowania w tamtym rejonie świata. Jednak z czasem dominująca okazała się pasja nauki i profesor z Polski wypłynął na zupełnie inne, szerokie światowe wody. Od 21 lat pracuje w singapurskiej Agencji ds. Nauki (ang. A*STAR), gdzie jest dyrektorem Laboratorium Obrazowania Biomedycznego. Jest również profesorem na Nanyang Technological University w Singapurze, Harbin Institute of Technology w Chinach i University of Washington Medical Center w USA.

Profesor Wiesław Nowiński jest zwolennikiem koncepcji nauki, która przynosi praktyczne zastosowania, służy ludziom i zapewnia zyski jednostkom prowadzącym badania i firmom. Jego zainteresowania obejmują m.in.: atlasy mózgu, udar

mózgu, stymulację mózgu, przetwarzanie obrazów medycznych, neuroinformatykę, rzeczywistość wirtualną, komputerowe wspomaganie diagnozy i leczenia oraz przyszłe kierunki w radiologii i chirurgii wspomaganą komputerowo. W swoim dorobku ma ponad 510 publikacji naukowych i 50 wniosków patentowych; 30 patentów zostało przyznanych, w tym 14 w USA. Z prowadzonego przez niego laboratorium wywodzą się trzy firmy hi-tech.

Profesor Nowiński zaproponował wiele pionierskich rozwiązań dotyczących atlasów mózgu i ich zastosowań w neurochirurgii, neuroradiologii, neurologii, mapowaniu mózgu i edukacji medycznej; w tym: przetwarzanie obrazów medycznych wspomaganie atlasem, stereotaksja śrubowa, probabilistyczny atlas funkcjonalny, probabilistyczny atlas udarowy i przetwarzanie obrazów udaru mózgu wspomaganie atlasem. Wprowadził nowe koncepcje w neurochirurgii stereotaktycznej i funkcjonalnej wspomaganie atlasem, opublikowane w licznych artykułach i rozdziałach. Skonstruował najbardziej zaawansowany na świecie atlas mózgu 3D zawierający ponad 2 tysiące elementów, za który otrzymał w 2009 roku tzw. Oscara radiologicznego.

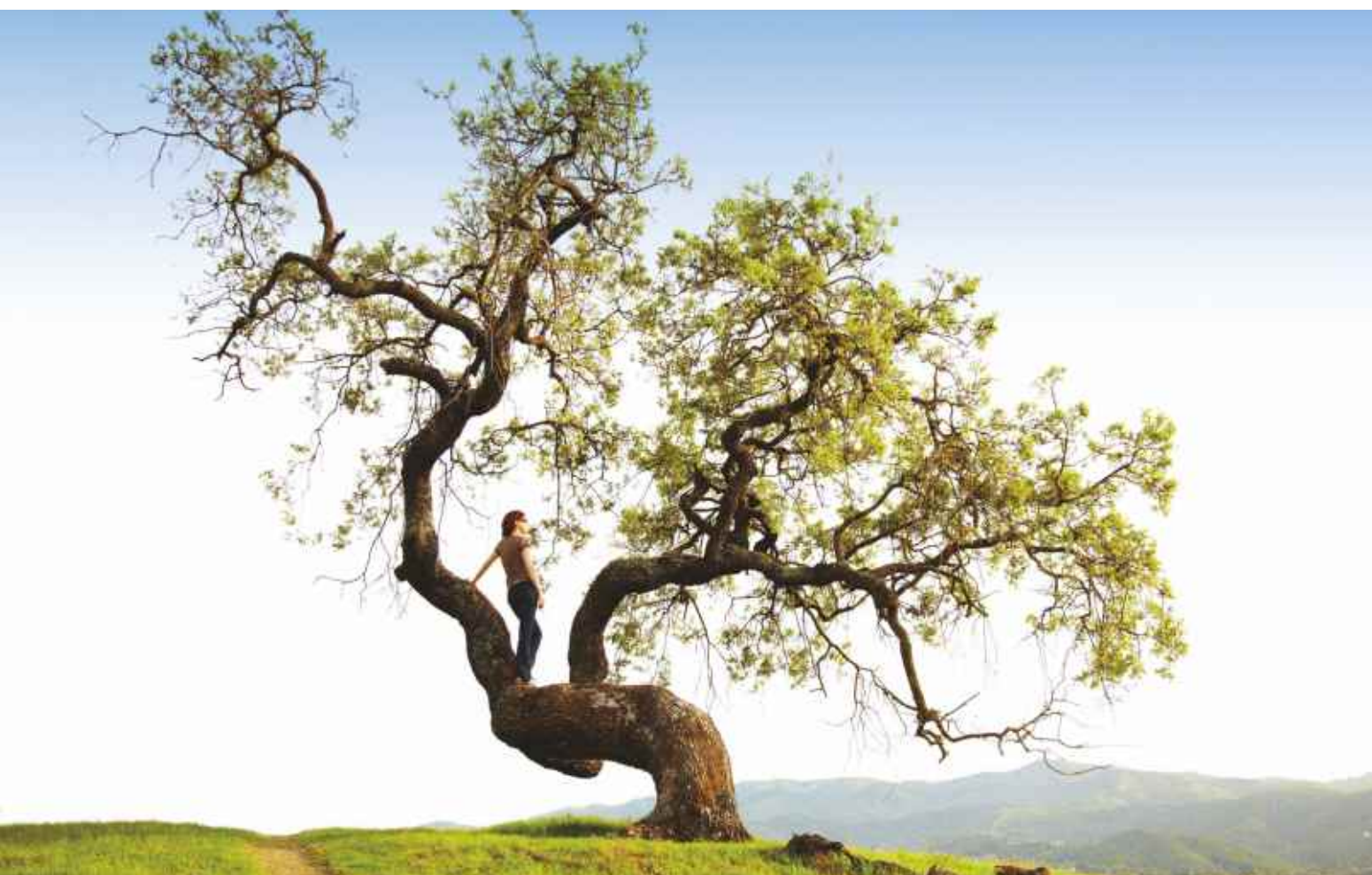
Skomercjalizował atlasy mózgu sprzedane do 16 firm. Wprowadził elektroniczne atlasy mózgu do neurochirurgii; są one stosowane w ponad 1200 stacjach neurochirurgicznych i szpitalach na całym świecie przez wiele firm, w tym czołowych: Medtronic z USA, Brainlab z Niemiec, Elekta z Szwecji. Dziewięć atlasów zostało wydanych przez czołowego amerykańsko-niemieckiego wydawcę medycznego Thieme, który rozprowadził około 7 tysięcy kopii atlasów. Najnowsza wersja atlasu na iPadzie jest wprowadzana do amerykańskich uniwersytetów medycznych.

Profesor Nowiński otrzymał 35 nagród, w tym 21 od czołowych stowarzyszeń medycznych, m.in.: Magna cum Laude (Oscar radiologiczny) od Radiological Society of North America w 2009 i 2004; Magna cum Laude od European Congress of Radiology w 2000; Summa cum Laude w 2012, 2008 i 1997; oraz Magna cum Laude w 2009 i 2005 od American Society of Neuroradiology. Jest finalistą azjatyckiego konkursu innowacyjnego Asian Innovation Award 2010 zorganizowanego przez „The Wall Street Journal” i Credit Suisse. Za swoje osiągnięcia otrzymał Kawalerski Krzyż Zasługi w 2005 roku. „Wybitny Polak” 2012 w konkursie „Teraz Polska”.

Jego prace były prezentowane m.in. w Discovery Channel, „The Wall Street Journal” (Asia), Channel News Asia, TVP, TVN, TV Polonia, BBC (Tomorrow's World), „Gazecie Wyborczej”, „Rzeczypospolitej”, „Polityce”, a biografia cytowana w „Who's Who in the World”, „Who's Who in Science and Engineering”, „Who's Who in Medicine and Healthcare” i „Who's Who in Asia”.



WIEDZA I TECHNOLOGIA



BADANIA I ROZWÓJ

ROZWIĄZANIA TELEINFORMATYCZNE

BEZPIECZEŃSTWO INTERNETU

REJESTR DOMEN .PL

AKADEMIA NASK

LAUREAT KONKURSU



TERAZ POLSKA

za system detekcji i wczesnego ostrzegania
o zagrożeniach bezpieczeństwa teleinfor-
matycznego sieci administracji Państwa
arakis.gov

WWW.NASK.PL



Obudzić nadzieję

Dwadzieścia lat temu, 16 lipca 1992 roku, profesor Henryk Skarżyński przeprowadził pierwszą w Polsce operację wszczepienia implantu ślimakowego dorosłej osobie niesłyszącej, a dzień później – implant taki otrzymało pięcioletnie letnie dziecko. Tak rozpoczęto realizację programu implantów ślimakowych, a następnie cały wielki program nowoczesnej otocirurgii i audiologii.

To dokonanie wywarło ogromne wrażenie w świecie nauki. To przysłowiowy „milowy krok”?

Nie tylko przysłowiowy. Dwadzieścia lat temu stanąłem przed dużym wyzwaniem: wiedziałem, że jeżeli mi się uda, to będzie milowy krok w rozwoju otocirurgii, otologii, audiologii, całej otolaryngologii i rehabilitacji. Co prawda, jak z każdą operacją miało prawo coś się wydarzyć niezależnie ode mnie. Mogły być trudne warunki miejscowe w obrębie ucha, które by uniemożliwiły przeprowadzenie tej operacji do końca, ale wiedziałem, że muszę to zrobić.

Zdawałem sobie sprawę, że tylko sukces daje szansę dalszego rozwoju. Tych obaw było więc bardzo dużo z jednej strony, a z drugiej – wielka nadzieja! Nadzieja, że jeżeli to nam się wszystko powiedzie, jeżeli zrobimy to tak, jak zaplanowaliśmy, krok po kroku, to otworzymy nowe szanse. Czas pokazał, że to wszystko się udało, że przerosło to nasze oczekiwania. Wzbudziliśmy wielkie nadzieje nie tylko w mediach, ale przede wszystkim wśród ogromnej rzeszy ludzi z wadami słuchu, którzy nagle się dowiedzieli, że coś można zrobić, żeby usłyszeć świat. To zainteresowanie spowodowało, że zacząłem się zastanawiać, co dalej. Czy mogę wziąć odpowiedzialność za tak złożony program?

Czy ta odpowiedzialność może spoczywać tylko na jednej osobie? Musiałem przeanalizować swoje możliwości, słabości. Zdawałem sobie sprawę, że wiele rzeczy nie zależy od nas, nawet kiedy bardzo czegoś chcemy. Pierwsze telefony od rodzin pacjentów zaczęły dzwonić już następnego dnia. Zaczęły przychodzić kolejne listy. Wtedy zdałem sobie sprawę, jak wielki poruszyliśmy problem i że obudziliśmy nadzieje tak wielkiej grupy osób mających różne problemy ze słuchem. Dzięki temu, że te pierwsze operacje się powiodły, mogliśmy rozpocząć realizację programu implantów ślimakowych, a następnie cały wielki program nowoczesnej otocirurgii i audiologii.

Jako pierwszy w świecie wykonał pan w 2002 roku stworzoną przez siebie metodą pionierską operację wszczepienia implantu ślimakowego w częściowej głuchocie u osoby dorosłej, a następnie u pierwszego w świecie dziecka. A zatem 10 lat po przeprowadzeniu pierwszej pionierskiej operacji dokonuje pan kolejnej.

Drugą pionierską operację wykonaliśmy w Polsce znacznie wcześniej, bo w roku 1998. Wtedy wszczepiliśmy pierwszy w Polsce, a jednocześnie w czwartym kraju na świecie, implant do pnia mózgu. Po kilku latach od pierwszej operacji wszczęcia implantu do ślimaka, oswoiliśmy się już trochę z tego typu zabiegami, jednak każdy pacjent jest inny, a jego rozwój po operacji bardzo indywidualny i barwny, nie może być więc mowy o rutynie.

Ciągle szukaliśmy nowych rozwiązań, chcieliśmy osiągnąć coś więcej. Miałem informacje, że zaczęły pojawiać się nowe urządzenia, urządzenia wszczepiane do pnia mózgu. To kojarzyło się nam zwykle z ciężkimi urazami, stłuczeniem mózgu. Kiedy okazało się, że możemy z powodzeniem stymulować pień mózgu, czyli bardzo czułe miejsca centralnego układu nerwowego, stało się to naszym kolejnym wyzwaniem. Wspólnie z kolegami z Austrii i Niemiec został przygotowany i uruchomiony program leczenia głuchoty przy pomocy implantów wszczepianych do pnia mózgu. Nasza pierwsza pacjentka jest najlepiej zrehabilitowaną pacjentką na świecie. Jest to osoba, która może swobodnie rozmawiać po polsku i niemiecku, nauczyła się też częściowo włoskiego już po wszczęciu implantu do pnia mózgu. Ten przykład pokazuje, jak daleko może być posunięta bezpieczna ingerencja w centralne struktury układu nerwowego. Efektem wspólnego międzynarodowego przedsięwzięcia jest również pierwsze w świecie obustronne wszczęcie implantu do pnia mózgu. Pacjent po tym zabiegu nagrał swoją kolejną płytę i wystąpił na festiwalu piosenki w Opolu. To świadczy o tym, jak dużo można uzyskać, efektywnie stymulując coś, co wydawało się niemożliwe do stymulacji, ponieważ w pniu mózgu przebiegają wszystkie ważne dla życia szlaki nerwowe i zagrożenie dla życia człowieka jest bardzo duże. To był kolejny milowy krok.

Ale rzeczywiście. W roku 2002 dokonałem wielkiego przetomu w rozwoju otocirurgii i audiologii. Do roku 2002 operacje wszczęcia implantu ślimakowego wykonywane były tylko w przypadku głębokiego uszkodzenia słuchu oraz całkowitej głuchoty. Poza możliwościami skutecznego leczenia znajdowała się wciąż znaczna grupa pacjentów z tzw. częściową głuchotą. Zapragnąłem to zmienić. Dotyczyło to i dotyczy osób, które mogą całkowicie naturalnie słyszeć niskie tony, rozumieć kilka procent mowy potocznej, a w zakresie średnich i wysokich częstotliwości ucho jest głuche. Mija 10 lat od początku wdrożenia tej metody. U dorosłych nasze wyniki są najlepszymi na arenie międzynarodowej. U dzieci – w dalszym ciągu jedyne, które zostały opublikowane – gdzie zachowany dobry słuch na niskich częstotliwościach został dopełniony elektrycznie. To jest największa w świecie grupa ponad 1500 zoperowanych pacjentów. Każdy dzień jest sukcesem naszych pacjentów. Dziś, wykonując tak dużo w skali międzynarodowej operacji poprawiających słuch, wykorzystujemy najnowsze rozwiązania oraz materiały do rekonstrukcji. Za opracowanie nowej procedury i wyniki słuchowe tylko w minionym roku otrzymaliśmy kilkanaście krajowych i międzynarodowych nagród, medali i wyróżnień. To było nieprawdopodobne wyzwanie.

Na kilka dni przed obchodami 20. rocznicy wszczęcia pierwszego implantu ślimakowego ponownie pokazał pan światu, że jest pan wybitnym otocirurgiem, który nie boi się nowych wyzwań i nowych technologii. 26 czerwca 2012 roku przeprowadził pan pierwszą w Polsce, a czwartą na świecie, operację wszczęcia implantu CODACS. Ten implant to taki mały-wielki cud techniki?

CODACS to rzeczywiście nowość w świecie implantów słuchowych. Jest kombinacją dwóch wcześniejszych systemów

– implantu wszczęcia do ucha środkowego, który wzmacnia w sposób naturalny dźwięki, i implantu ślimakowego, który daje sztuczny słuch na drodze elektrycznej. System ten powstał z myślą o pacjentach, którym klasyczny aparat słuchowy nie daje wystarczających korzyści, mają niedosłuch, który nie pozwala na zastosowanie implantu ucha środkowego, a jednocześnie nie spełniają kryteriów kwalifikacji do wszczęcia implantu ślimakowego. Ta kombinacja otwiera nowe możliwości dla powyższej grupy pacjentów, którzy nie mogą teraz normalnie funkcjonować, nie rozumieją swobodnie mowy, mają ograniczone możliwości kontaktu i komunikacji. Pierwsza pacjentka, która otrzymała ten implant, rozumiała swobodnie tylko kilka procent słów docierających do niej, czyli w praktyce była głucha. Przez to izolowała się, nie komunikowała z otoczeniem, jak sama mówiła, była ciężarem dla wszystkich. Po tej operacji usłyszała świat w 100 procentach, a ten zabieg odmienił jej życie.

Co uważa pan za swój największy sukces?

To trudne pytanie, bo doceniam wiele różnych moich osiągnięć. Miałem szczęście do ludzi, wiele pomysłów zrealizowałem. Przeprowadziłem pierwsze w kraju lub w świecie operacje. Utworzyłem nowe placówki, jak np. drugi w Europie Ośrodek Diagnostyczno-Leczniczno-Rehabilitacyjny dla Osób Niestyszących i Niedosłyszących „Cochlear Center”, zrealizowałem idee utworzenia i zorganizowania od podstaw resortowego Instytutu Fizjologii i Patologii Słuchu, budowę Międzynarodowego Centrum Słuchu i Mowy. Mój sukces to bardzo często sukces różnych zespołów. Aktywność kliniczna obejmuje sto kilkadziesiąt nowych, wdrożonych procedur operacyjnych. To nie tylko spektakularne jednostkowe przypadki. Każdego dnia wykonujemy najwięcej na świecie rozmaitych operacji poprawiających słuch. Wielkim moim sukcesem naukowym i klinicznym jest opracowanie koncepcji i przeprowadzenie po raz pierwszy w świecie udanej serii operacji przywracających słuch w częściowej głuchocie u dorosłych i dzieci.

Niewątpliwym sukcesem organizacyjnym na skalę światową jest także nowo otwarte Światowe Centrum Słuchu. To Centrum jest szansą na zbudowanie silnej pozycji Polski na mapie naukowej i medycznej świata. Jeżeli dołączymy do tego upowszechnienie w Europie i poza nią powszechnych programów badań przesiewowych pod kątem wczesnego wykrywania wad zmysłów, to wzmocni to autorytet naszego kraju w opinii międzynarodowej.

Profesor Henryk Skarżyński – światowej sławy otocirurg i specjalista z otorynolaryngologii, audiologii i foniatrii. Pierwszy w Polsce wszczepił implanty: ślimakowe (1992), do pnia mózgu (1998), ucha środkowego (2003). Pierwszy w świecie wszczepił implant ślimakowy pacjentowi z częściową głuchotą: osobie dorosłej (2002), dziecku (2004). Był szefem zespołu, który pierwszy w świecie dokonał bilateralnego wszczęcia implantów do pnia mózgu (2008). Autor wielu pionierskich rozwiązań chirurgicznych, naukowych i organizacyjnych. Jest członkiem wielu towarzystw naukowych, polskich i zagranicznych, m.in. pierwszym w historii Polakiem członkiem korespondentem American Otological Society i laureatem licznych nagród: prezydenta, premiera, ministra zdrowia, nauki i spraw zagranicznych. Odznaczony Krzyżem Komandorskim, Oficerskim i Kawalerskim Orderu Odrodzenia Polski, odznaczony państwowymi orderami przez króla Belgii, prezydenta Gruzji i prezydenta Ukrainy. Uchonorowany tytułem „Wybitny Polak” przez Fundację Godła Promocyjnego „Teraz Polska”. Doktor honoris causa dwóch polskich uczelni i profesor honorowy uniwersytetu amerykańskiego.



Ikona plakatu

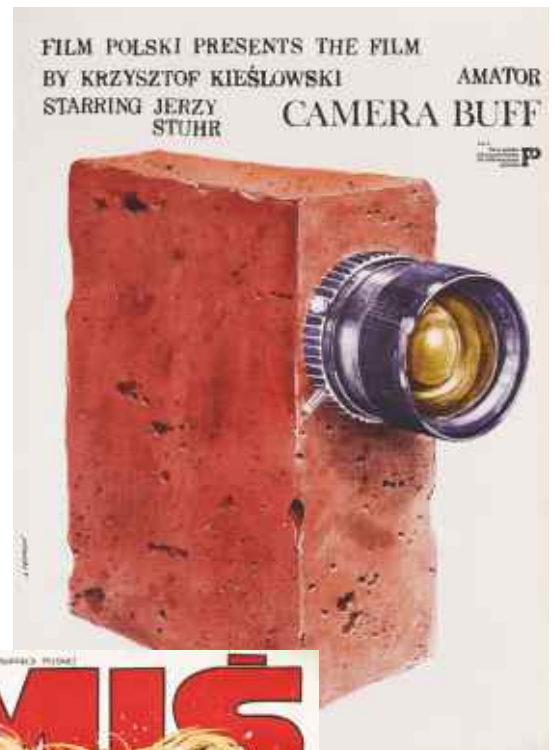
Andrzej Pągowski jest jednym z najbardziej znanych i rozpoznawalnych twórców współczesnego plakatu, absolwentem PWSSP w Poznaniu (Wydział Plakatu, dyplom u prof. Waldemara Świerzego). Jest autorem ponad tysiąca prac wydanych drukiem od 1977 roku w Polsce i za granicą. Zajmuje się również ilustracją książkową i prasową, jest autorem okładek wydawnictw płytowych, scenografii teatralnych i telewizyjnych, scenariuszy filmów i teledysków oraz licznych kampanii społecznych. Stworzył wiele kultowych dziś plakatów, takich jak: „Mąż i żona”, „Miś”, „Człowiek z żelaza”, „Robotnicy”, „Hair” czy „Papierosy są do dupy”.

Od roku 1986 był dyrektorem artystycznym i graficznym wielu pism, najdłużej w polskiej edycji miesięcznika „Playboy”. W 1989 roku rozpoczął pracę w reklamie, nie przerywając indywidualnej twórczości graficznej. Obecnie jest dyrektorem kreatywnym i właścicielem firmy KreacjaPro. Swoje prace Andrzej Pągowski prezentował na licznych wystawach indywidualnych w kraju i za granicą. Jest laureatem kilkudziesięciu nagród polskich i zagranicznych, wśród których warto wymienić ważniejsze: Brązowy Medal na Międzynarodowym Biennale Grafiki Użytkowej w Brnie, Srebrny Medal na Biennale Plakatu Polskiego w Katowicach, I nagroda Biennale Plakatu Teatralnego w Rzeszowie, nagroda „Plakat Roku” (Warszawa), Nagroda im. Stanisława Wyspiańskiego, I nagroda w Międzynarodowym Konkursie Plakatu Filmowego w Istambule. Zdobył również kilkanaście najwyższych trofeów na Międzynarodowym Konkursie na Najlepszy Plakat Filmowy i Telewizyjny w Los Angeles oraz kilka nagród głównych na Międzynarodowym Konkursie na Plakat Filmowy w Chicago. W ostatnich latach do kolekcji dołączyły laury przyznawane za osiągnięcia reklamowe.

Artysta od kilku lat prezentuje swoje prace malarskie wykonywane w technice print – druku na płótnie, a ostatnio łączy ją z innymi, tradycyjnymi.

Od niedawna jest autorem rubryki „Pągowski na wprost” w tygodniku „Wprost” oraz galerii „Pągowski wirtualnie” na portalu Wirtualna Polska, gdzie komentuje rysunkami otaczającą nas rzeczywistość. W tym roku obchodzi 35-lecie pracy twórczej. Pod koniec roku ukaze się ilustrowana książka, wydana wraz z Narodowym Centrum Kultury, którą artysta przygotowuje wspólnie z Dorotą Wellman. Poza rozmowami i dużą ilością reprodukcji znajdują się w niej wypowiedzi osób, z którymi Pągowski współpracował, m.in.: Andrzeja Wajdy, Elżbiety Pendereckiej, Jerzego Skolimowskiego, Janusza Majewskiego czy Romana Polańskiego.







Teraz Polska innowacyjna



Prof. Wiesław L. Nowiński

Moje ostatnie dwa bestsellery [1], [2] zawierają w tytułach liczby 1492 i 1969. To nieprzypadkowe, że liczba struktur w atlasach mózgu odpowiada tak ważnym datom i wydarzeniom w rozwoju ludzkości, kiedy to człowiek realizował swoje śmiałe marzenia, przekraczając istniejące granice, aby odkrywać i poznawać nowe obszary.

Podziwiamy Kolumba za jego wyczyn, ale równie pełna podziwu winna być jego wizja oraz niezachwiana wiara i siła woli w długoletnim konsekwentnym dążeniu do celu pomimo niezliczonych przeciwności.

Jednakże jaki związek ma Kolumb z polską innowacyjnością? Można snuć paralele między sytuacją przedkolumbijską i naszym podejściem do innowacji. Innowacyjność to nowy świat, pełen korzyści dla tego, kto ma odwagę go odkryć i wykorzystać. A nasze społeczeństwo, mało świadome korzyści płynących z innowacji i niechętnie tego rodzaju koncepcjom, czyż nie przypomina społeczeństwa przedkolumbijskiego?

Jestem głęboko przekonany, że stosowane badania naukowe powinny być naszą narodową specjalnością, zaś innowacyjność fundamentem polskiej gospodarki. Ująłem to w „Dekalogu innowacyjno-naukowym” przedstawionym wcześniej (np. [3]; prezentowanym również prezesowi Polskiej Akademii Nauk i ministrowi nauki i szkolnictwa wyższego); mianowicie

1. Określimy narodowe specjalności w nauce i skoncentrujemy się na nich.
2. Budujemy wiodące centra naukowe przyciągające do kraju projekty, talenty, firmy i finansowanie.
3. Zachęcamy młodzież do kariery naukowej. Życie naukowca jest fascynujące i pełne satysfakcji zawodowej, a w połączeniu z wynalazczością i przedsiębiorczością może prowadzić do zamożności.
4. Promujemy postawy twórcze, innowacyjne i przedsiębiorcze.
5. Twórzmy ośrodki ochrony, zarządzania i komercjalizacji własności intelektualnej.
6. Rozwijamy inteligencję rynkową i korelujemy z nią kierunki badań naukowych.
7. Zakładajmy inkubatory i wprowadzajmy dogodne warunki do tworzenia firm hi-tech (inkubacja winna mieć elastyczność w eksploatacji własności intelektualnej i w zatrudnieniu oraz daleko idące zwolnienia podatkowe, zwłaszcza dla tych firm, które tworzą miejsca pracy).
8. Zapraszajmy krajowych inwestorów do finansowania badań naukowych. Włączajmy do rad naukowych biznesmenów, finansistów i przedsiębiorców.
9. Twórzmy warunki do powrotu wybitnych naukowców do kraju i przyciągajmy młode talenty naukowe, zwłaszcza ze wschodu.
10. Zachęcamy duże firmy do otwierania oddziałów w kraju i inwestowania w naukę.

Ostatnio, w oparciu o ten dekalog, zaproponowałem koncepcję „Europejskich inkubatorów akademickich”, którą przedstawiłem w czerwcu 2012 roku na posiedzeniu sejmowej Komisji Innowacyjności i Nowoczesnych Technologii [4]. W ogólności koncepcja ta polega na utworzeniu sieci inkubatorów akademickich w całej Unii Europejskiej z pilotowym projektem w Polsce, w celu umożliwienia absolwentom szkół wyższych komercjalizacji ich pomysłów realizowanych w formie prac magisterskich i doktorskich.

Institucja inkubatorów europejskich winna być bezdochodowa, zwolniona z podatków, zaś jej zyski przeznaczane na tworzenie nowych inkubatorów. Inkubatory powinny być połączone z parkami przemysłowymi. Finansowanie winno być zarówno centralne z UE, jak i krajowe. Proponuję zorganizowanie tej sieci inkubatorów w trzech etapach. Po pierwsze, organizacja centrali przy UE, której zadaniem będzie określenie ram i procesów, szkolenie personelu inkubatorów, kontrola jakości oraz koordynacja działań. Następnie ustanowienie kluczowych inkubatorów pilotowych w Polsce przy głównych uczelniach i, po testowaniu i ulepszeniu koncepcji, rozszerzenie jej na cały kraj. Trzeci etap to powieślenie rozwiązania z Polski na inne kraje UE.

Podstawowe zadania inkubatora to początkowe finansowanie firm, wsparcie prawne, wsparcie w zakresie inteligencji rynkowej, dostarczenie pomieszczeń roboczych, mentorowanie, dostęp od sieci inwestorów oraz pomoc w rekrutacji kierownictwa i pracowników. Inkubator winien być rozliczany z liczby utworzonych firm, liczby stworzonych miejsc pracy, udziału w firmach, uzyskanego dodatkowego (zewnętrznego) finansowania i wielkości zysków przekazanych do centrali.

Aby zachęcić młodzież akademicką i przyciągnąć talenty z zewnątrz, warunki inkubacji powinny być bardzo korzystne, mianowicie: 1) Własność intelektualna przekazana bezpłatnie przez inkubator/uczelnę do firmy na zasadach wyłączności (jeśli firma osiągnie postawione jej cele); 2) Niski udział inkubatora w zyskach firmy; 3) Dwuletnie zwolnienia podatkowe, jeśli firma osiągnie wyznaczone cele; 4) Dalsze trzy lata zwolnień podatkowych, jeśli firma utworzy przynajmniej trzy miejsca pracy; 5) Bezpłatne konsultacje prawne przez trzy lata.

Pozostaje pytanie, dlaczego projekt pilotowy miałby być realizowany w Polsce, a nie w innych krajach UE, gdzie innowacyjność jest lepiej rozumiana, doceniana, wykorzystywana i finansowana. W czasie mojej prezentacji na ten temat w Brukseli dla Komisji Europejskiej argumentowałem to następująco – Polska może stworzyć najatrakcyjniejsze środowisko dla entrepreneurów i inkubacji. Polacy to jeden z najbardziej wykształconych narodów UE, z dużą liczbą absolwentów szkół wyższych, gdzie ponad 50 proc. młodych ludzi studiuje. Polscy studenci są bardzo utalentowani i otrzymują czołowe nagrody w konkursach międzynarodowych. Ponadto Polska jest nadal „względnie tania”

w porównaniu z innymi krajami (jak np. Niemcy) do przeprowadzenia tego rodzaju projektu.

Koncepcja ta, oprócz olbrzymiego potencjału gospodarczego, ma również wiele dodatkowych korzyści dla kraju, w tym:

- Ulepszenie prawa zmieniającego innowacyjne oblicze Polski.
- Ułatwienie tworzenia firm o wysokich technologiach.
- Zmniejszenie bezrobocia wśród absolwentów szkół wyższych.
- Zmiana mentalności innowacyjnej społeczeństwa.
- Przyciąganie talentów, wiedzy i doświadczenia z zewnątrz.
- Potencjalny wpływ na innowacyjność przedsiębiorstw.
- Unowocześnienie profilu szkół wyższych.
- Rozszerzanie pomostów między szkołami wyższymi i przemysłem.

Należy podjąć pilne działania w tym kierunku. Mianowicie

1. Utworzyć komitet doradczy przy gabinecie premiera lub wicepremiera.
2. Stworzyć grupę roboczą dla oceny warunków i kryteriów porównawczych w wiodących innowacyjnie krajach Ameryki Północnej, Europy i Azji.
3. Przyjąć specjalne prawo czyniące Polskę najbardziej atrakcyjnym krajem w UE (a nawet i na świecie) dla entrepreneurów i inkubacji hi-tech z silną ochroną wartości intelektualnej, zerowymi albo bardzo niskimi podatkami dla firm hi-tech i atrakcyjnymi warunkami dla inwestorów.
4. Prowadzić kampanię medialną mającą na celu zmianę mentalności społeczeństwa na temat nauki i innowacji.
5. Utworzyć początkowy krajowy fundusz innowacyjny i kontynuować dialog z UE w celu otrzymania funduszu centralnego.

Zauważmy, że koszt realizacji punktów 1–4 jest niewielki, a ich wykonanie będzie kluczowe dla pomyślnego wdrożenia przedstawionej tu koncepcji.

Kolumb osiągnął swój cel również i dlatego, że przekonał decydentów do swojego pomysłu. Czy my kiedykolwiek doczekamy się naszych innowacyjnych Ferdynanda i Izabelli?

[1] Nowinski WL et al: The Human Brain in 1492 Pieces: Structure, Vasculature, and Tracts. Thieme, New York, 2011.
[2] Nowinski WL et al: The Human Brain in 1969 Pieces: Structure, Vasculature, Tracts, Cranial Nerves, and Systems. Thieme, New York, 2012.
[3] <http://biotechnologia.pl>
[4] <http://www.sejm.gov.pl>



Zegar pulsarowy

– od idei do wdrożenia

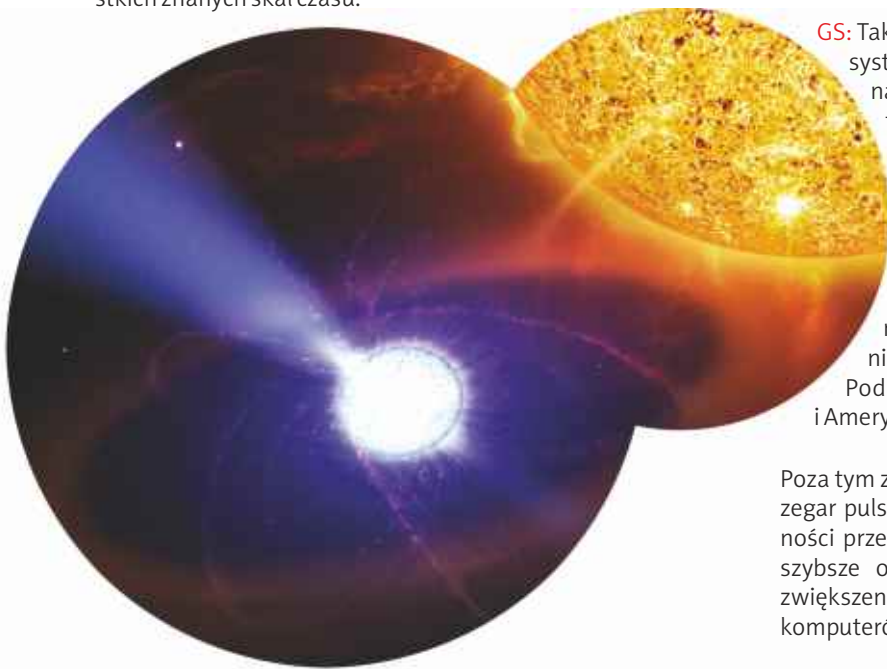
O pulsarach, nowym systemie lokalizacji i patentowaniu kosmicznego wynalazku z Grzegorzem Szychlińskim z Muzeum Historycznego Miasta Gdańska rozmawia Adam Mikołajczyk.

Adam Mikołajczyk: Idea stworzenia zegara pulsarowego narodziła się u państwa już kilkanaście lat temu, to prawda?

Grzegorz Szychliński: Tak, tylko dość ostrożnie do tego tematu podchodziliśmy, bo jesteśmy przecież placówką kulturalną, a nie naukową. Natomiast zegary leżą w kręgu naszych zainteresowań. A jeśli ktoś zajmuje się zegarami, to stara się stworzyć zawsze coś nowego. I tak konstruktor zegara musi znaleźć zjawisko fizyczne, które pojawia się w stałym czasie, i na nim bazować. Pierwsze znane ludzkości skale czasu były ciągłe i opierały się na ruchu ciał niebieskich po firmamencie. Dzisiaj bardziej popularne są dyskretne skale czasu, oparte na impulsach zegara atomowego czy tykaniu sprężyny budzika. Od wyznaczenia atomowej skali czasu i nowego wzoru sekundy minęło ponad 40 lat i już wiemy, że ten system nie jest idealnie precyzyjny.



Stąd nasze poszukiwania skierowaliśmy w kosmos i tak natrafiliśmy na tzw. pulsary, które są znane astronomom już od 1967 roku. Jak się okazało, klasa pulsarów swoją stabilnością sygnału przewyższa zegary atomowe. Wtedy nas natchnęło, żeby odwołać się w naszym zegarze właśnie do pulsara. Pierwszy raz na świecie wzięliśmy za podstawę czasu zjawisko, które nie zachodzi na Ziemi. Ze względów praktycznych obraliśmy do obserwacji bliskie pulsary. Wytypowano ich sześć, są oddalone od Ziemi o ok. 1–6 tysięcy lat świetlnych, więc to raczej поближе naszej Galaktyki. W naszym zegarze sygnały od pulsarów są odbierane przez 16 anten, które są ustawione w macierz zwaną interferometrem. Komputer interpretuje zebrane dane i zmienia częstotliwość wzorca atomowego, tworząc pulsarową skalę czasu, najbardziej stabilną ze wszystkich znanych skal czasu.



AM: Co wiemy o pulsarach ?

GS: Pulsary odkrył J. B. Burneli i A. Hewish podczas radiowych obserwacji kosmosu. Byli zaskoczeni niespotykaną regularnością i stabilnością dochodzących do Ziemi sygnałów (przez pewien czas przyjmowano nawet, że obserwowany sygnał został wysłany przez pozaziemską cywilizację). Pulsar to kulka o średnicy od 10 do 20 km o masie większej 1,5–2,5 razy niż masa Słońca. Pulsary mają więc gęstość rzędu miliarda ton na centymetr sześcienny! Jednak fizyka pulsarów w zasadzie jest wciąż słabo znana. Nie ma na świecie żadnego radioteleskopu, który można ustawić na nie na okres 5 czy 15 lat. A my je przy okazji badamy, mierzymy. Szukamy efektów ubocznych. Zobaczymy, co nam pokażą dane po 5–8 latach. Bardzo często pulsarowi towarzyszą planety, zresztą te, które zostały odkryte jako pierwsze, znajdowały się właśnie obok pulsara. W tej chwili jesteśmy tak daleko posunięci w stronę fizyki elementarnej, że w zasadzie mówimy o skalach czasu. Każda klasa zegarów buduje swoją skalę czasu. Jest to całkiem odrębny i skomplikowany dział fizyki. Obecnie powstaje kilka zegarów opartych na pulsarach, zapewne niebawem stworzą sieć.

Zobaczymy potem na podstawie danych, która teoria jest lepsza – pulsarowa czy atomowa. Pulsarowa jest dokładniejsza i stabilniejsza, a nasz zegar jest wtórnikiem – postępuje za pulsarami w wyznaczaniu czasu. Nie ma lepszego źródła czasu, które byśmy znali. Przez przestrzeń kosmiczną powinien przebiegać też ślad Wielkiego Wybuchu (tak jak okręgi po kamieniu wrzuconym do wody). Od wybuchu pierwotnego powinny iść fale. Fizycy twierdzą, że jeżeli przejdą one przez pulsar, to powinienn przyjąć do nas zafalowany sygnał. Jest to drobne zakłócenie, ale jeśli uda nam się je złapać, to będziemy mieli wielki fart.

AM: Czy ten układ pulsarowy może mieć też jakieś inne zastosowania? Mówi się o stworzeniu nowego systemu namierzania GPS.

GS: Tak, można przewidywać próbę zbudowania globalnego systemu pozycjonowania (odpowiednik GPS) opartego na pulsarach, które wibrują w kosmosie jak radiolantarnie. System taki byłby tańszy od systemów satelitarnych i byłby dostępny dla wszystkich – pulsarów nie da się wyłączyć. Co więcej, w dobie, gdy orbitę okołozemską i okotostonieczną zaczynamy wykorzystywać na skalę przemysłową, dokładne pozycjonowanie satelitów w oparciu o precyzyjny pomiar czasu jest ważnym zagadnieniem. W internecie widać echa tych pomysłów, ale nikt nie chce o tym otwarcie i głośno mówić czy pisać. Podobno pracują nad tym systemem Chińczycy i Amerykanie.

Poza tym zwiększona dokładność pomiaru czasu, jaką zapewni zegar pulsarowy, może wpłynąć także na podniesienie wydajności przesyłu danych liniami internetowymi – lepsze obrazy, szybsze obliczenia, tańsze rozmowy telefoniczne, a także zwiększenie czułości radioteleskopów czy szybkości działania komputerów. Zastosowań mogą być tysiące.

AM: Czy państwa zegar da się opatentować?

GS: Tak, jesteśmy właśnie w trakcie takiego procesu. Jest już rosyjski patent, ale nie jest identyczny z naszym.

AM: Jakie są dalsze plany?

GS: Chcemy, aby powstało kilka zegarów. Najlepiej w Polsce. Obojętne, gdzie dokładnie powstaną, bo skoro mamy już takie polskie osiągnięcia, to powinniśmy wspólnie pracować. Mamy mocną astronomię i doświadczenia w tej dziedzinie. Choć polska nauka, zwłaszcza w tym zakresie, jest obecnie zbyt słabo wspierana. Mimo że nasz projekt fundowały trzy lokalne podmioty: Urząd Miasta Gdańska, Pomorska Specjalna Strefa Ekonomiczna i Muzeum Historyczne Miasta Gdańska, to w moim przekonaniu tę rzecz powinno się dać państwu, a nie tylko miastu. Powinno się pchnąć rozwój nauki w tym kierunku, bo to otwiera nam drogę w kosmos. Trzeba przecierać szlaki tam, gdzie jeszcze ich nie ma. W tej chwili jesteśmy jakieś dwa lata przed konkurencją. Trzymajmy ten dystans, jak długo się da.



Dom typOwy, autor: Robert Konieczny, fot. Mariusz Czechowicz

Polska architektura to nie tylko Makabry(ły)

Z Agnieszką Rumińską o polskiej architekturze dobrej i złej rozmawia Adam Mikołajczyk.

Adam Mikołajczyk: Jaka jest kondycja polskiej architektury?

Agnieszka Rumińska: Niezła. Nasz serwis o architekturze Bryła.pl został stworzony właśnie z potrzeby pokazywania dobrych polskich realizacji i projektów, których w ciągu ostatnich 10 lat powstało bardzo wiele. Co roku w naszym kraju powstaje co najmniej kilkanaście świetnych obiektów i dwa razy więcej projektów z dużym potencjałem. Ich autorami są często nowe pracownie, które wchodzą na rynek, rozwijają się, mają dobre podejście do projektowania.

Na poprawę kondycji naszej architektury wpływa fakt, że panuje moda na dbanie o swój wizerunek, firmy, marki, także za pomocą architektury. Jakość projektów architektonicznych rośnie, bo to najwyczejniej w świecie opłaca się. Świadomi inwestorzy, a tych z roku na rok przybywa, wybierają nowoczesne rozwiązania i są w stanie wydać więcej pieniędzy na dobry projekt, który potem na lata stanie się wizytówką i gwarantem jakości firmy.

W serwisie jest też dział Makabry(ły), piętnujący obiekty, które psują otoczenie. Robimy to jednak po to, aby uwydatnić słabe ogniwa w polskiej przestrzeni publicznej i zwrócić uwagę, że tak nie powinno być.

AM: Te najciekawsze, najbardziej interesujące i nietypowe realizacje architektoniczne w Polsce zebrałaś w albumie „101 najciekawszych polskich budynków dekady”. Na które z nich powinniśmy zwrócić szczególną uwagę i dlaczego?

AR: Ten okładkowy budynek został wybrany w dużych mękach, bo nie byliśmy pewni, co powinno znaleźć się na pierwszej stronie. Padło ostatecznie na dom jednorodzinny, który kojarzy się z ciepłem domowego ogniska. W Polsce panuje przekonanie, że tego rodzaju obiekty to muszą być domki z czerwonymi daszkami i kolumnkami. Więc tak na przekór wybraliśmy budynek, który nie mieści się w tych ramach, bo jest okrągły i bardzo nietypowy. Projekt stworzył Robert Konieczny, a jego realizacja stanowi prototyp powtarzalnego domu. Architekt chce bowiem sprzedawać go seryjnie jako antidotum na typowe projekty z katalogu, które zalewają polskie przedmieścia. Okrągła bryła „Domu typOwego” wpasuje się w każdą działkę, a wewnętrzną konstrukcję można dostosować do indywidualnych potrzeb mieszkańców, podobnie materiał na elewacji, który ma odzwierciedlać charakter danego regionu i kontekst okolicy.

O tym, że Polacy otwierają się na inne myślenie o domu jednorodzinny, a wybór miejsca jest tylko kwestią indywidualnego pomysłu na swoje życie, świadczą także inne przykłady, takie jak wrocławski dom, który pływa na wodzie, poznański dom z ruiny czy rybnicki dom z trawą na dachu.

Domy wielorodzinne to nadal bardzo popularne miejsce zamieszkania Polaków. W albumie jest kilka ciekawych realizacji. Bardzo lubię przykład poznańskiego osiedla Nowe Naramowice Rynek projektu warszawskiej pracowni ARE. Tradycyjny materiał (zastosowano cegłę) w połączeniu z dobrym projektem zaowocował nowoczesnym budynkiem, niekiedy z drogiymi mieszkaniami.

Z kolei Thespian we Wrocławiu charakteryzuje się elegancką linią i wysokiej klasy wykończeniem, co plasuje go w grupie luksusowych apartamentowców. Mimo że na mieszkania stać tu tylko najbogatszych, budynek nie został ogrodzony, a jego architektura stanowi zgrabne uzupełnienie Placu Grunwaldzkiego.



Thespian, autor: Thomas Lewandowski

Jednak w książce znajdziemy nie tylko nowe budynki, ale także i te, które powstały w czasach PRL-u, a dzięki zaangażowaniu ludzi zyskały drugie życie. Szczególnie chętnie przytaczam tu poznański blok z lat 50. ubiegłego wieku. Gdyby nie grupa architektów i przychylność wspólnoty mieszkaniowej, pewnie skończyłby się jak większość bloków w Polsce – obłożony styropianem i pomalowany na różowo. Pracownia Ultra Architects zareagowała zupełnie bezinteresownie i spontanicznie, kiedy budynek stał już obłożony rusztowaniami. Architekci za darmo przygotowali dla wspólnoty nowy projekt termomodernizacji, który uratował budynek przed jaskrawymi kolorami na elewacji. Remont zmieścił się w budżecie i zaowocował nową jakością. Dzięki starannie dobranym odcieniom beżu i bieli budynek wygląda dziś efektownie. To wzorowa rewitalizacja bloku – taka, która z szacunkiem odnosi się do spuścizny minionych lat.

W dziale poświęconym budynkom urzędowym z czystym sumieniem mogę powiedzieć, że Ambasada Francji jest najbardziej wyjątkowa. Została zaprojektowana w latach 60. i przypomina trochę stację kosmiczną. Po gruntownym remoncie zyskała wiele nowatorskich rozwiązań, lecz wciąż widać w niej pierwotny projekt francuskiego architekta Jeana-Philippe'a Pargade'a. Wyjątkowo udany przykład inwestycji państwowej znajdziemy z kolei w dziale Edukacja, poświęconym szkołom i obiektom akademickim, których

w Polsce mamy coraz więcej. Spośród nich wybija się szczególnie gmach Centrum Informacji Naukowej i Biblioteki Akademickiej w Katowicach (CINiBA) projektu koszalińskiej pracowni HS99. Budynek idealnie wpasował się w przestrzeń miejską. Na elewacji początkowo miała pojawić się cegła, jednak ostatecznie wybrano piaskowiec o rudawym odcieniu – ta barwa nawiązuje do lokalnej tradycji budowlanej.



Ambasada Francji w Warszawie, autor: Jean-Philippe Pargade

Dział poświęcony obiektom kultury jest moim ulubionym. Pasjonują mnie muzea i galerie sztuki, jednocześnie zdaję sobie sprawę, że stanowią spore wyzwanie dla architekta, który zamiast tworzyć swoją wizytówkę, musi raczej zaprojektować odpowiednie ramy, tło dla prezentowanych dzieł sztuki i pamięci artysty. Tak jest w przypadku projektu Bolesława Stelmacha, który w Żelazowej Woli przywrócił do życia park otaczający dworek Fryderyka Chopina. Rewitalizacja objęła zarówno renowację starych budynków, jak również stworzenie nowych szklanych pawilonów, które wtapiają się w zielone otoczenie parkowe. Wewnątrz architekt zastosował dużo drewna i naturalnych materiałów. Jest to odpowiednie tło dla historii życia i twórczości Fryderyka Chopina.



Park Chopina w Żelazowej Woli, autor: Bolesław Stelmach, fot. Marcin Czechowicz



Innym ciekawym przykładem łączenia starego z nowym jest Pawilon Wyspiańskiego w Krakowie. To galeria wystawieni- nicza w samym centrum starego Krakowa. Nowoczesny projekt naturalnie dopasował się do zabytkowej tkanki miasta. Jego bryła jest wyjątkowo cienka i podłużna – tak, aby dosłownie wcisnęła się między kamienicę a plac, który z nim sąsiaduje. Obiekt zaprojektowany przez znaną krakowską pracownię Ingarden & Ewy Architects stał się buforem między cennymi zabytkami architektury a współczesnością. W środ- ku znajduje się pawilon ekspozycyjny z witrażami Stanisława Wyspiańskiego, które często stanowią tło dla różnego rodzaju spotkań i wykładów znanych osobistości.

Obiekty komercyjne, np. galerie handlowe, rządzą się już zupełnie innymi prawami. Opakowanie jest tu niezwykle istotnym czynnikiem, bo ma wpływ na generowanie zysku. W przypadku wrocławskiego domu handlowego Renoma, który powstał już w latach 30. ubiegłego wieku, a w czasach PRL-u trochę podupadł, wymagany był generalny remont. Inwestor zadbał o pieczołowitą konserwację starej części, a wrocławską pracownię Zbigniewa Maćkowa poprosił o dodanie nowoczesnej galerii handlowej. W ten sposób przedwojenny modernizm płynnie przechodzi w nowoczesną architekturę, która nie jest pozbawiona odwołań do pierwotnego budynku. Takie podejście do projektowania jest bardzo charakterystyczne dla Wrocławia, który nie boi się eksperymentowania i łączenia zabytków z nowoczesną architekturą; trend widać także w innych budynkach tego miasta.



Pawilon Wyspiańskiego w Krakowie, autor: Ingarden & Ewy Architects



I na koniec mój numer jeden, a w książce 101. To budynek o wymiarze symbolicznym, ponieważ jest to kościółek, a w Polsce ładny kościół to wciąż rzadkość – wiele z nich pokazujemy ku przestrodze w dziale Makabry(ty). Tu sytuacja jest zupełnie inna. Budynek jest niezwykle skromny i prosty, wręcz minimalistyczny, czuć w nim także ten pierwiastek duchowości. Skromne drewniane wnętrze za pomocą całkowicie przeszklonej czołowej ściany otwiera się na okolicę. Ołtarz jest drewniany, bez złocień i przepychu, ale wyjątkowy. Projekt pracowni Beton to przykład na to, że kościoły też mogą być piękne.



Kościół w Tarnobrzegu, autor: pracownia BETON





Stadion Narodowy w Warszawie, autor: konsorcjum JSK/GMP/SBP

AM: A co z tym najnowszym obiektem, który rozpałał nasze emocje przez cały czerwiec – Stadionem Narodowym?

AR: Oczywiście w albumie jest, ale nie jestem jego fanką. Pojawił się w przeglądzie jako budowla, o której w ostatniej dekadzie wiele się mówiło, jest też wiele osób, dla których stadion jest właśnie nowym, wyczekiwany symbolem Warszawy. W moim odczuciu to jednak symbol zbyt wymowny, który zdominował panoramę miasta. Słyszałam relacje osób, które były na meczach i mówiły, że to genialna arena sportowa ze świetną widownią, pozwalająca przeżywać niezapomniane emocje. Dla mnie jednak, zwykłej mieszkanki miasta, ten obiekt jest po prostu za duży. To trochę tak jakby na Saskiej Kępie nagle wylądowało wielkie biało-czerwone UFO. Brak kontekstu, jakiegoś zgrabnego nawiązania do okolicy bardzo mnie drażni. Może miałabym inne zdanie na temat tego budynku, gdyby powstał w innym miejscu, gdzieś z dala od centrum.

AM: Czy Polacy mają dobry gust, znają się na estetyce przestrzeni? Moim zdaniem najczęściej wygrywa podejście racjonalne, żeby dom był dobrze wykończony, materiały były trwałe. Mniej istotne jest, aby był dobrze, funkcjonalnie zaprojektowany i po prostu ładnie wyglądał...

AR: Przez lata PRL-u wrażliwość estetyczna zesłała na dalszy plan, była cenzurowana, potem nastąpiły szalone lata 90., w których każdy mógł budować, co chciał, powstawały

ogromne wille, kolorowe hotele, które dziś wyglądają już co najmniej dziwnie. Obecnie budujemy już z większą świadomością. Edukacja estetyczna ciągle postępuje. Jeszcze kilka lat temu o architekturze i przestrzeni publicznej niewiele się pisało, dziś ten temat przetacza się przez polskie media coraz częściej.

Poza tym mamy młode pokolenie architektów, które ma głowy pełne pomysłów, wielu z nich pracuje lub odbywa staże w zagranicznych pracowniach. Można powiedzieć, że mamy swoich ludzi w najbardziej liczących się studiach architektonicznych świata. Nadchodzi jednak pora, gdy chcą projektować w swoim kraju. Wracając, przywożą nowe pomysły i świeże spojrzenie. To bardzo stymuluje rozwój i postęp na naszym rynku.

AM: Liczę na to, bo chyba dużo nam jeszcze brakuje, żeby uzyskać taki przyzwoity ład przestrzenny. Ciekawych realizacji, moim zdaniem, wcale nie ma aż tak wiele. Nie wiem, czy to kwestia braku odwagi inwestora, czy architekta, ale większość powstających obiektów jest bardzo zachowawcza. Budynki są wykonane według wymaganych standardów, ale wszystkie są dość podobne i nie wyróżniają się za bardzo.

AR: Nie chodzi o to, aby architektura specjalnie się wyróżniała. Nagromadzenie wielu charakterystycznych, silnych form na małej przestrzeni może prowadzić do chaosu. Wyobraźmy sobie ulicę, na której każda kamienica, każdy budynek krzyczy: „Patrz na mnie, to ja jestem najładniejszy!”. Czasem wystarczy, że projekt po prostu dobrze uzupełnia przestrzeń, jest przyjaznym tłem dla otoczenia.

Z drugiej strony zgodzę się z tym, że jakość realizowanych obiektów wciąż nie jest zadowalająca. Wiadomo, często decydują pieniądze. Bywa, że budynek w zamyśle miał być ciekawy, ale z powodu oszczędności inwestor decyduje się np. na zmianę materiału elewacji na tańszy lub co gorsza – ingeruje w kształt bryły budynku. Jest to dość powszechne zjawisko w budownictwie mieszkaniowym, bo deweloper ma w interesie sprzedać jak największą liczbę mieszkań, a nie dbać o kondycję polskiej architektury. Dopóki zapisy w miejscowych planach zagospodarowania dopuszczają taki proceder, nic się nie zmieni.

Najgorzej jest na prowincji. Widać to szczególnie w przypadku siedzib gmin, które powinny być dumą mieszkańców i włodarzy. Niestety, często zamiast wizytówki gminy powstaje „makabryta”. Dlaczego? Bo projekt wybierany jest bardzo często na drodze przetargu, gdzie głównym kryterium nie jest ani estetyka, ani jakość architektury, ale najniższa cena wykonania. A przecież architektura to dziś element promocji i marka sama w sobie. Zaś wybór projektu to często decyzja na lata, wobec której trzeba brać pod rozwagę wiele innych uwarunkowań, np. to, czy materiały wytrzymają próbę czasu, czy budynek zakorzeni się w kontekście i wprowadzi nową jakość w okolicy. Cena wciąż jest tu istotnym czynnikiem, jednak kierowanie się tylko nią ma bardzo krótkie nogi.

Agnieszka Rumińska jest redaktorem polskiego serwisu o architekturze Bryta.pl (Grupa Agora). Dokonała selekcji obiektów do albumu „101 najciekawszych polskich budynków dekady”.



Euro-Polska, Euro-miasta

Jarosław Górski

Rozgrywki UEFA Euro 2012™ trwały nieco ponad trzy tygodnie, dostarczając kibicom drużyn 16 europejskich krajów oraz fanom piłki nożnej ze wszystkich kontynentów wielu pozytywnych wrażeń. Przygotowania do turnieju, który odbył się w Polsce i na Ukrainie, trwały pięć lat, kosztowały miliardy euro i... czy były tego warte? Około miliarda złotych wydanych przez turystów zagranicznych, dziesiątki tysięcy publikacji w mediach, zadowolenie urzędników, dumna naródowa Polaków. Euro 2012, skoncentrowane w Polsce w czterech miastach, ma szansę na trwałe odmienić wizerunek całego kraju.

Łączne wydatki cudzoziemców, którzy odwiedzili Polskę w trakcie Euro 2012, wyniosły 980 milionów złotych, co stanowi zaledwie ułamek kosztów poniesionych przez nasz kraj na przygotowania do turnieju. Około 94 miliardy złotych wydał rząd i samorządy w związku z organizacją Euro 2012, jednak większość tych środków dotyczyła inwestycji infrastrukturalnych, które będą służyły jeszcze długo po turnieju i które powinny się przełożyć na wzrost produktywności w Polsce w przyszłości oraz dają nadzieję na poprawę wyników w turystyce. Jednak – co warto podkreślić – były to również nakłady, które wiązały się z pracą nad poprawą kompetencji organizacyjnych Polski, a w ich tle widać było ambicję powiedzenia przez Polskę Europie: „zobaczcie – potrafimy!”. W bilansie kosztów i korzyści Euro 2012 nie można zapomnieć o wzroście kompetencji, doświadczeń i know-how, które – miejmy nadzieję – przydadzą się w przyszłości.

Zdaniem autorów raportu Impact dotyczącego wpływu Euro 2012 na gospodarkę Polski wskutek poprawy wizerunku po turnieju Polskę będzie rocznie odwiedzać o pół miliona turystów zagranicznych więcej, a przychody z turystyki zagranicznej do roku 2020 wzrosną łącznie o 4,2 miliarda złotych. Ministerstwo Sportu i Turystyki szacuje, że przełoży się to na wzrost PKB Polski o łącznie 20 miliardów złotych w latach



2013–2020 (również w rezultacie modernizacji infrastruktury transportowej).

Można przypuszczać, że spora część zakładanego wzrostu ruchu turystycznego przypadnie na rzecz Warszawy, Gdańska, Wrocławia i Poznania, a także Krakowa (nazywanego piątym miastem gospodarzem z uwagi na to, iż gościł trzy reprezentacje narodowe) – właśnie tam spędzili czas piłkarze, działacze sportowi, dziennikarze zagraniczni i przede wszystkim kibice i turyści. Wszyscy przyjechali do Polski specjalnie na mistrzostwa w piłce nożnej, i dla wielu z nich był to pierwszy kontakt z Polską. Dla sporej części tych ludzi to właśnie cztery miasta gospodarze pozostaną na długo symbolami Polski, to z nimi wiązać się wspomnienia rozgrywek i te pozasportowe – wspomnienia festiwalu sportu, święta radości i gościnności. Warto uzmysłowić sobie zatem, jak wielka odpowiedzialność za efekty Euro 2012 spoczywała nie tylko – co oczywiste – na Ministerstwie Sportu i Turystyki, Polskiej Organizacji Turystycznej, spółce Pl.2012 i innych agendach centralnych, ale również na miastach, które były pokazywane w mediach na całym świecie i których otwartość, gościnność, stopień przygotowania do realizacji wielkiej imprezy sportowej i licznych imprez towarzyszących w dużym stopniu determinują wizerunkowy efekt całego wydarzenia.

Dużą w tym rolę zarówno władz samorządowych, innych instytucji uczestniczących w przygotowaniach, ale także licznych wolontariuszy i po prostu mieszkańców miast, tych kibicujących w strefach kibica i poza nimi, którzy swoim zaangażowaniem i pozytywnymi emocjami tworzyli niepowtarzalny klimat rozgrywek. Z odrobiną patosu można powiedzieć, że miliony Polaków, a wśród nich przede wszystkim społeczeństwo miast gospodarzy, swoją postawą dały wyraz nowoczesnemu patriotyzmu. Nieco bardziej postmodernistycznie tę sytuację przedstawić jako przykład tworzenia się kapitału społecznego w Polsce – opartego na wolontaryzmie i wspólnotowości zbudowanej wokół bycia „za” czymś pozytywnym, a nie „przeciwko” jakiemuś zagrożeniu (jak to nader często bywało w historii Polski).

Anna Zbierska, dyrektor Biura Prezydenta ds. Promocji Miasta tak mówi o powodach, dla których należy być dumnym z faktu, że Gdańsk był jednym z miast gospodarzy: „Udowodniłmy zarówno innym, jak i sobie samym, że jesteśmy wyjątkowo sprawni organizacyjnie i potrafimy sprostać tak wielkim wyzwaniom, że Gdańsk jest miastem niezwykle atrakcyjnym. Druga połowa czerwca 2012 roku nie pozostawiła w tym względzie żadnych wątpliwości. Nie powinniśmy mieć jakichkolwiek kompleksów na tle Europy czy świata, co w trakcie turnieju dało nam do zrozumienia 150 tysięcy zachwyconych Gdańskiem turystów zagranicznych”.

Przedstawiciele licznych podmiotów współodpowiedzialnych za organizację Euro 2012 w Polsce (Ministerstwa Sportu i Turystyki, spółki PL2012, ale także urzędnicy miast gospodarzy i in.) zgodnie podkreślają, że oprócz wyniku finansowego niezwykle ważny jest efekt wizerunkowy – lepsza rozpoznawalność oraz ocieplony wizerunek Polski w świecie mają się przelożyć na wzrost liczby przyjazdów turystycznych do naszego kraju i większe przychody z turystyki. Na pełne podsumowanie efektów Euro 2012 przyjdzie jeszcze długo poczekać, choć nie ma w zasadzie tygodnia bez próby, choćby wycinkowej, oceny tego wydarzenia. Marcin Herra, prezes spółki PL2012, deklaruje, iż we wrześniu br. zaprezentuje raport z podsumowaniem oceny przygotowań i przebiegu mistrzostw, z wnioskami na przyszłość.

Obecnie dostępne dane dotyczące bezpośrednich efektów turnieju nastrojają optymizmem. Według badań zleconych przez PL2012 Polacy są więcej niż zadowoleni z Euro 2012: 94,3 proc. podkreśla doskonałą organizację; 97,4 proc. docenia świetną atmosferę; 89,4 proc. czuje dumę z tego, w jaki sposób Polska przygotowała i zorganizowała mistrzostwa. W sumie – według badań CBOS – 81 proc. Polaków było po zakończeniu Euro 2012 zadowolonych z podjęcia przez Polskę organizacji mistrzostw. Podsumowując swoje wyniki, CBOS sam ulega wizji daleko idącej poprawy wizerunku Polski, wieszcząc, iż „Polska stała się krajem bardziej znanym i rozpoznawalnym. Goszczący u nas kibice przekonali się, że jest to kraj dobrze zorganizowany, niedrogi turystycznie, pełen przyjaznych, życzliwych i lubiących się wspólnie bawić ludzi”.

Dyrektor operacyjny UEFA Events Martin Kallen podczas

konferencji prasowej w Warszawie podawał wiele powodów do zadowolenia z Euro 2012 w Polsce i na Ukrainie: 90 proc. ankietyowanych kibiców czuło się bezpiecznie na stadionach, a poziom satysfakcji pytanym o różne aspekty organizacji wyniósł od ponad 80 do ponad 90 proc., bardzo wysoko ocenili organizatorów także uczestniczące w turnieju narodowe reprezentacje. Satysfakcji dostarczyły także rekordowa frekwencja w strefach kibica, pełne stadiony i wysoka oglądalność, także poza Europą. Również wynik finansowy UEFA nie daje jej przedstawicielom powodów do niezadowolenia. Kallen stwierdził, że „był to wspaniały turniej, wyznaczający na przyszłość standardy organizacyjne”.

Turniej Euro 2012 przysporzył Polsce publicity w mediach krajowych i zagranicznych, szczególnie skorzystały na tym miasta – organizatorzy mistrzostw. Władze miast prześcigają się w podawaniu statystyk, jak wiele publikacji i o jakim ekwiwalencie reklamowym ukazało się na ich temat w różnych mediach. Według raportu Press-Service Monitoring Mediów w okresie od 8 czerwca do 8 lipca br. w polskiej prasie, internecie i telewizji ukazało się ponad 82 tysiące informacji poświęconych czterem polskim miastom gospodarzom turnieju (najwięcej dotyczyło Warszawy – 30 738 publikacji, następnie Poznania, Gdańska i Wrocławia), o łącznej wartości ekwiwalentu reklamowego około 500 milionów złotych.





Przedstawiciele miast gospodarzy, a także Krakowa, oceniają bilans Euro 2012 na duży plus, wskazując nie tylko na natychmiastowe efekty turnieju (pieniądze wydane przez turystów, wydarzenia towarzyszące Euro 2012, duża liczba – idąca w tysiące – pozytywnych doniesień o miastach w zagranicznych mediach przekładająca się na wielomilionowe ekwiwalenty reklamowe), ale także na spodziewane efekty długofalowe. Władze samorządowe czynią starania w celu skapitalizowania efektów Euro 2012 w dłuższym okresie czasu i umocnienia marek miast.



Zdaniem Marcina Kandefera, dyrektora Wydziału Informacji Turystyki i Promocji Miasta Krakowa: „W perspektywie długofalowej popularność Krakowa przyczyni się do zwiększenia dochodów w budżecie miasta (z turystyki, handlu, gastronomii) i wpłynie na umocnienie marki miasta. Kraków nie będzie postrzegany tylko jako miasto o wielowiekowej tradycji, ale przede wszystkim jako miasto nowoczesne, kosmopolityczne – przyszła stolica sportu”. Euro 2012 jest postrzegane przy tym nie tylko jako ważny projekt strategiczny o znaczeniu promocyjnym dla miasta, ale także kapitał do wykorzystania na przyszłość w celu umacniania potencjału konkurencyjności miast. Władze Gdańska ustami dyrektora Anny Zbierskiej deklarują, iż „UEFA Euro 2012 nigdy nie było dla nas celem samym w sobie, lecz kamieniem milowym w długookresowym rozwoju Gdańska i jego marki. Zamierzamy konsekwentnie budować nasz wizerunek zgodnie z przyjętą strategią i – jak to gdańszczanie mają w swojej naturze – patrzeć w przyszłość bez strachu, z rozwagą, jak głosi herbowa maksyma”. Natomiast stołeczny ratusz oczekuje, że „wizerunek miasta, który istnieje po turnieju, wiedza o tym, że w Warszawie można zorganizować międzynarodowe wydarzenie na wysokim poziomie, że Warszawa jest kolorowa, otwarta i panuje w niej pozytywna atmosfera, przeloży się na zainteresowanie turystów i organizatorów imprez o różnorodnym charakterze” (Katarzyna Ratajczyk, dyrektor Biura Promocji Miasta w Urzędzie m. st. Warszawy).

Przedstawiciele urzędów Gdańska i Krakowa wystawiają sobie ocenę 9/10, zaś Warszawy nawet 10/10, nie wskazując przy tym na istotne błędy czy niedociągnięcia w organizacji turnieju. Wszyscy są zdania, że Euro 2012 okazało się doskonałą „trampoliną promocyjną” i okazją do pokazania nowoczesnego, europejskiego oblicza polskich miast i obalenia niekorzystnego wizerunku. Okazją dobrze uświadomioną i, co ważniejsze, dobrze wykorzystaną. „Dzięki kampanii promocyjnej wspartej mistrzostwami Europy Warszawa jest postrzegana jako bardzo dobry organizator, ciekawe miejsce zarówno do zwiedzania, rozwoju, jak i zabawy, a do tego miejsce z pozytywną atmosferą. Jej mieszkańcy są uważani za serdecznych, otwartych i gościnnych” – zauważa dyrektor Katarzyna Ratajczyk.

Na weryfikację projekcji ekonomicznych i pozakonomicznych długofalowych efektów Euro 2012 przyjdzie nam jeszcze długo poczekać. Nie można jednak czekać z założonymi rękami – dobry wizerunek wymaga systematycznego utrwalania, co wiąże się z koniecznością nie tylko kontynuowania skoordynowanych, spójnych akcji promocyjnych, ale także systematycznej pracy nad poprawą rzeczywistej atrakcyjności turystycznej Polski, jej regionów i miast. Sądzę, że istotnym, choć niedostatecznie jak dotąd docenionym efektem Euro 2012 może być wzrost świadomości konieczności planowania i realizacji w sposób skoordynowany przedsięwzięć promujących Polskę w długim horyzoncie czasu, z jednoczesną ścisłą kontrolą nad wymiernymi rezultatami i ekonomicznymi efektami tych przedsięwzięć. Dziś w marketingu znane są metody pomiaru stopy zwrotu z każdej złotówki wydanej na promocję, jednak w praktyce polskiego marketingu terytorialnego nie były one dość powszechnie i chętnie stosowane. Potrzeba prowadzenia spójnych, wielowątkowych akcji promocyjnych z zaangażowaniem dużych środków publicznych na promocję Euro 2012 oraz Polski w kontekście tego turnieju może wydatnie przyczynić się do wzrostu kompetencji władz publicznych w kontroli skuteczności i efektywności kampanii promocyjnych. To właśnie się dzieje na naszych oczach.





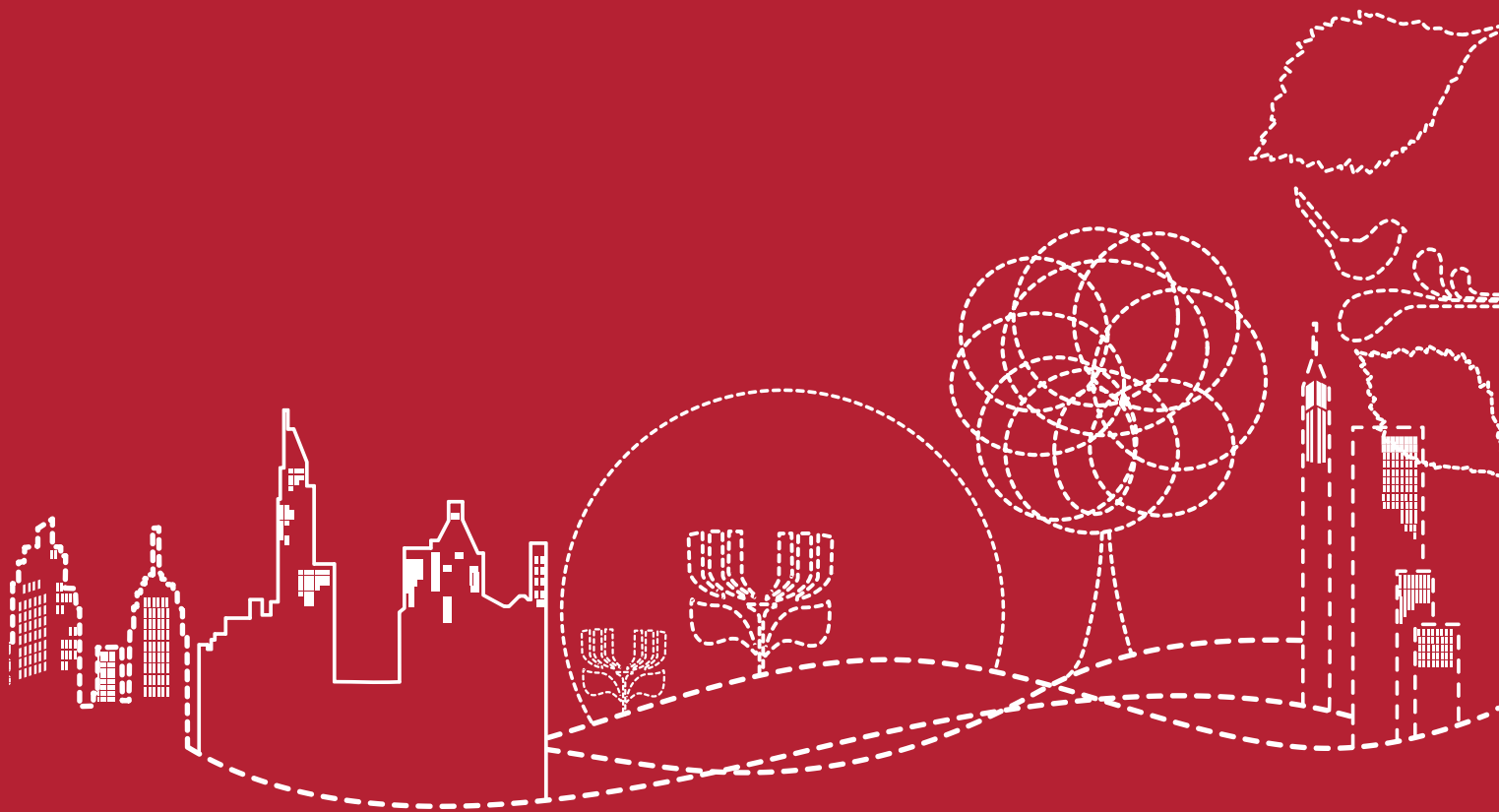
Europejski
Instytut
Marketingu
Miejsc

• European
• Place
• Marketing
• Institute

Marketing for development

Marketing miejsc.

Dla rozwoju.



BEST PLACE – Europejski Instytut Marketingu Miejsc

- > planujemy
- > inspirujemy
- > doradzamy
- > szkolimy

www.bestplaceinstitute.org



Ukraina po Euro 2012

Weronika Grizel

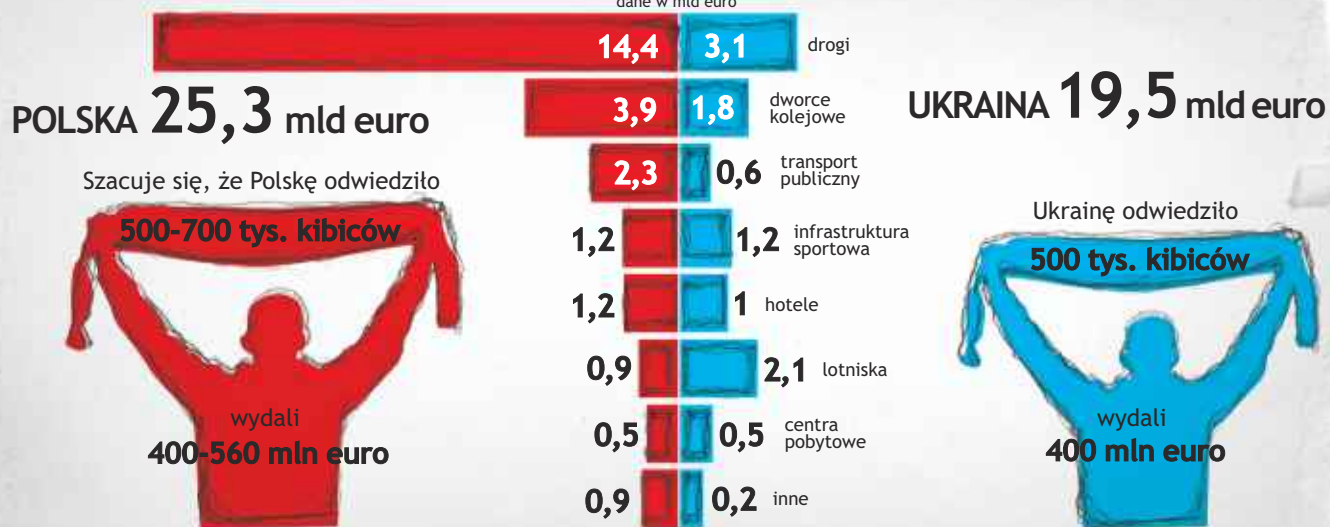
Wielkie wydarzenia sportowe przyciągają uwagę mediów i turystów, wpływają na rozwój usług i infrastruktury. Tak było podczas mistrzostw UEFA Euro 2012 w piłce nożnej, kiedy Ukrainę odwiedziło ponad 1,8 mln kibiców, którzy wydali około miliarda dolarów na zakwaterowanie, wyżywienie, transport i odzież. Podczas mistrzostw w strefach kibica spożyto 500 tys. litrów piwa i zjedzono 100 tys. hot dogów.

Rachunek zysków i strat

Według London-based Economic Consultancy inwestycje na Euro 2012 wyniosły około 11 mld euro na Ukrainie i 25 mld euro w Polsce (odpowiednio 1,7 proc. i 1,3 proc. PKB). Podkreśla się, że zostały stworzone nowe miejsca pracy, które stanowią 0,4 proc. siły roboczej w Polsce i 1 proc. na Ukrainie.

Wydatki na infrastrukturę przygotowaną pod kątem Euro 2012

dane w mld euro



Źródło: Erste Research Group

Niewątpliwie specjaliści mówią o korzyściach z inwestycji w autostrady, koleje i lotniska. W Kijowie i we Lwowie pojawiły się nowe stadiony, w Charkowie i Doniecku została przeprowadzona całkowita rekonstrukcja obecnych aren. W całym kraju został znacznie ulepszony system transportowy: nowe drogi, autobusy i pociągi (160 km/h) na trasach wiodących z Kijowa. W każdym z czterech miast gospodarzy pojawiły się nowe terminale.

Ponad 2 mld euro wydano na budowę i renowację 80 hoteli wszystkich kategorii. Zostały zorganizowane kursy językowe dla straży granicznej, personelu medycznego i policji, jak również ustawiono znaki w języku angielskim na głównych szlakach turystycznych.

Donieck zarobił w trakcie turnieju około 30 mln euro, podczas gdy wydano około 1,8 mld euro (około połowę tej kwoty miasto dostało od prywatnych inwestorów). Budżet Lwowa zwiększył się o 50 mln euro, a na przygotowania wydano 1,2 mld euro. Podobna sytuacja ma miejsce w dwóch innych miastach gospodarzach – Charkowie i Kijowie. Na dzień dzisiejszy koszt organizacji Euro 2012 jest kilka razy wyższy niż wptywy z tego wydarzenia.

Efekt wypychania

Często potencjalni turyści unikają odwiedzania miejsc, w których odbywają się duże imprezy sportowe, z powodu tłoku, wyższych cen, zagrożenia terrorystycznego i możliwości niewłaściwego zachowania fanów. To się nazywa efektem wypychania. I taki efekt był zauważony zarówno w Polsce, jak i na Ukrainie podczas Euro 2012. Przykładowo cena doby hotelowej w dzień meczu finałowego w trzygwiazdkowym hotelu w centrum Kijowa wzrosła ze 106 do 1 211 euro. A koszty lotów z Irlandii na Ukrainę zdrożały z 315 do 13 627 euro – o 4,2 tys. proc. w ciągu miesiąca. Po fali krytyki ze strony prasy i kierownictwa UEFA ceny spadły w przeddzień mistrzostw. Jednakże takie działania nie sprzyjały zwiększeniu liczby przyjezdnych. Szkoda, że gestorzy bazy noclegowej nie odrobili pracy domowej i nie dowiedzieli się, jak ta sytuacja wyglądała w czasie poprzednich mistrzostw. Doświadczenia jednoznacznie wskazują, że zbytne zawyżanie ceny przynosi negatywny, przeciwny do zamierzonego efekt. Można było zatem tego zamieszania uniknąć.

Wpływ zachodniej kampanii medialnej

Zachodnie mass media przed turniejem aktywnie włączyły się w budowanie opinii na temat krajów będących gospodarzami Euro 2012. BBC wyemitowało reportaż „Stadiony nienawiści” mówiący o rasistowskiej Polsce i antysemickiej Ukrainie. Znowu powtórzył się komentarz, w którym niemieckie obozy koncentracyjne były nazwane „polskimi obozami śmierci”. Telewizja pokazała walki podczas obrad w parlamencie ukraińskim i aktywnie pisało się o okrucieństwie wobec zwierząt. Obraz Ukrainy stworzony w ciągu ostatnich miesięcy w mediach raczej odstraszał, niż zachęcał do odwiedzania tego kraju.

Mistrzostwa pokazały jednak, że wykreowany wizerunek i prawdziwa Ukraina różnią się od siebie. Słowo „niespodzianka” najlepiej opisuje to, co przeżyli fani na Euro 2012. Kibice, którzy odwiedzili Polskę i Ukrainę, przyznali, że atmosfera w obu krajach była przyjazna i bezpieczna. W odpowiedzi na słowa pana Campbella, który powiedział: „Zostańcie w domu, obejrzyjcie w telewizji. Nie ryzykujcie... bo możecie wrócić w trumnie”, fani przeszli z pustą trumną ulicami Doniecka. Dowody uznania widać było na każdym kroku. Holenderscy kibice przeszli marszem przez Charków z plakatem „Dziękuję, Charków”. Szwedzcy fani zrobili to samo w Kijowie. Popularnością cieszyły się również koszulki z napisem „Byłem w Doniecku i przeżyłem” – jako odpowiedź na niedawne materiały prasowe. Rzeczą oczywistą jest, że wśród fanów znalazły się także osoby niezadowolone z poziomu organizacyjnego mistrzostw, ale hojność i gościnność Ukraińców przykryły te drobne niedociągnięcia.

Opinia post factum

Exit Poll, na zlecenie Instytutu Polityki Światowej, wykazał, że na mistrzostwa na Ukrainę przybyli przede wszystkim ludzie

młodzi, w wieku od 25 do 34 lat (44,3 proc.), 46 proc. fanów miało wyższe wykształcenie. Co ciekawe, 85 proc. ankietowanych (1408) nigdy nie było na Ukrainie przed turniejem, podobny procent badanych nie ma tam znajomych. Ponad połowa ankietowanych Europejczyków (52 proc.) zmieniła zdanie o Ukrainie na lepsze. Jednocześnie 84 proc. gości Ukrainy było zadowolonych z mistrzostw, a 76 proc. wyraziło chęć odwiedzenia Ukrainy ponownie w celach turystycznych. Jednak najbardziej zaskakujące jest to, że jedna szósta badanych myślała, iż Ukraina jest częścią Unii Europejskiej.

Socjologowie przeprowadzili badania wśród Ukraińców – 64 proc. miało pozytywne wrażenia z mistrzostw, a 66 proc. uważa, że Euro 2012 pokazało zdolność kraju do organizacji dużych imprez sportowych. Ciekawostką jest, że więcej pozytywnych odpowiedzi uzyskano od mieszkańców zachodniej Ukrainy, z kolei w centrum i na południowym wschodzie kraju były one mniej optymistyczne.

Wizerunek Ukrainy po Euro 2012 uległ poprawie – tak uważa 75 proc. Ukraińców. Świadczą o tym wyniki sondażu telefonicznego przeprowadzonego przez Instytut Gorszenina. Ponadto 57 proc. respondentów stwierdziło, że Euro 2012 przyczyniło się do zjednoczenia kraju, 40 proc. uważa, że mistrzostwa pomogły Ukraińcom doświadczyć uczucia patriotyzmu, a 83,5 proc. chciałoby, aby podobne międzynarodowe imprezy sportowe odbywały się w przyszłości na Ukrainie.

Zamiast podsumowania

Oczywiście, Euro 2012 dało impuls dla rozwoju gospodarki kraju, wywarło pozytywny wpływ na panujące nastroje, jak również przełamało stereotypy wizerunkowe. Teraz tylko powstaje pytanie, jak sprawić, aby nowe hotele i stadiony były zawsze pełne, a zmieniony wizerunek Ukrainy stał się podstawą do budowania nowej marki narodowej.





Bałtów - questing z dinozaurem w tle

Bałtów to malownicza kraina położona około 12 kilometrów na północny wschód od Ostrowca Świętokrzyskiego w dolinie rzeki Kamiennej u podnóża Gór Świętokrzyskich. W okresie jurajskim na tym obszarze znajdowało się ciepłe morze, a jego brzeg przypominał dzisiejsze wybrzeże Florydy! Po białych plażach wędrowały dinozaury, których szczątki zachowały się w Bałtowie do dziś.

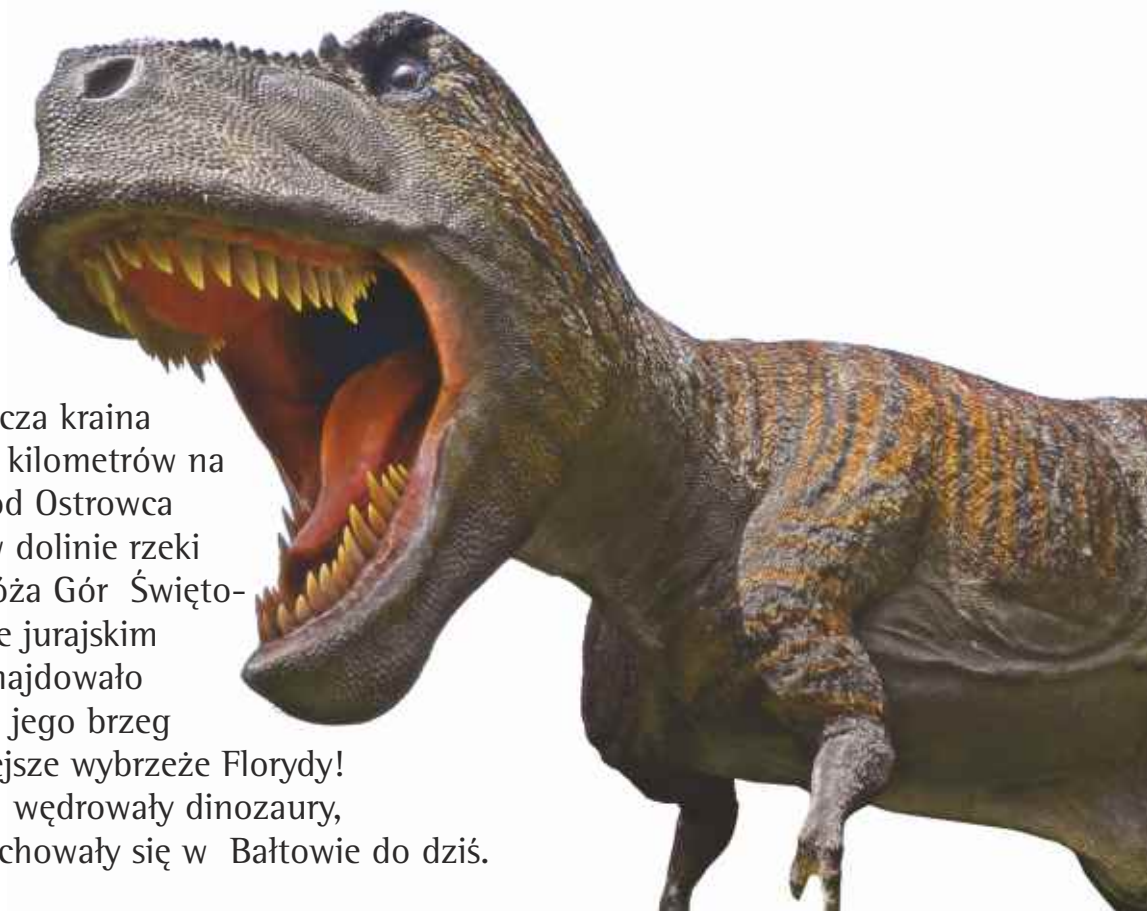
Najstarsze ślady ludzkiego bytowania w rejonie Bałtowa sięgają wczesnego paleolitu. Najwcześniejsze siedlisko człowieka oryniackiego, sprzed ok. 35 tysięcy lat, pochodzi z Antoniowa Małego. Natrafiono tam na otwarte obozowisko z relikami pracowni krzemieniarskiej, w której znajdowały się: rylce, noże, grociki strzał i materiał odpadowy. Ówczesni mieszkańcy tego rejonu, jeżeli nie zamieszkiwali jaskiń, budowali przenośne jurty, pędząc koczowniczy – oparty na zbieractwie, rybołówstwie i myślistwie – tryb życia. Najchętniej wykorzystywali tereny niżowe, lessowe, ale przede wszystkim wybierali piaszczyste wydmy i nadrzeczne żwirowiska, które przyciągały bogactwem materiału krzemienego.

Kolejne ślady działalności człowieka w tym rejonie pochodzą z okresu wpływów rzymskich. Elementy kultury przeworskiej (z II i III w. n.e.) związanej z produkcją żelaza odkryto w Rudce Bałtowskiej, a także potwierdzono działalność metalurgiczną, z której stynął cały region świętokrzyski.

Nowożytnie informacje o działalności człowieka w rejonie Bałtowa sięgają średniowiecza. Niektóre domysły badaczy dziejów datują początki kościoła w Bałtowie nawet na wiek XI, ale pierwszy potwierdzony zapis w aktach sądowych wzmiankuje Bałtów i tamtejszy kościół w roku 1326.

Takie były początki miejscowości. Dziś gmina rozwija się niezwykle prężnie. Mieszkańcy już dawno wzięli sprawy w swoje ręce i założyli Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju Gminy Bałtów „Batt”. Zrozumieli, że jedyną szansą na rozwój jest turystyka.

Do nagłego rozwoju turystyki przyczyniły się ślady dinozaurów odnalezione w Bałtowie przez światowej sławy paleontologa, profesora Gerarda Gerlińskiego. Tropy pochodzą z okresu jury. Jeden z nich – trop drapieżnego allozaura – znajduje się na szczycie skały zwanej Czarcią Stopką, której nazwa związana jest z miejscowymi legendami, tłumaczącymi powstanie tego nietypowego śladu. Według jednej z nich diabeł niósł wielki głaz, by zburzyć miejscowy kościół. Nie zdołał jednak dotrzeć na miejsce przed wschodem słońca i upuścił tam kamień, na którym pozostały ślady diabelskich pazurów. Według innej legendy diabeł założył się z aniołem, że pokona Dolinę Kamiennej jednym skokiem. Odbił się od skały tak mocno, że pozostał na niej odcisk jego stopy. Kolejne tropy dinozaurów, w tym m.in. roślinożernego stegozaura, można zobaczyć w lessowym wąwozie zwanym Żydowskim Jarem, położonym nieopodal bałtowskiego młyna wodnego.





W miejscu odkryć śladów pradawnych gadów powstał JuraPark Bałtów – największa atrakcja regionu i pierwszy tego typu obiekt w Polsce. Na terenie JuraParku znajduje się ponad 100 wiernie odtworzonych modeli dinozaurów i innych zwierząt prehistorycznych. Każdy z nich powstaje z wielką dbałością o szczegóły przy współpracy z paleoartystami, którzy czuwają nad tym, aby figury były zgodne z najnowszymi odkryciami i standardami obowiązującymi w paleontologii. W JuraParku można nie tylko zrelaksować się, przeżyć ciekawą przygodę, ale przede wszystkim „pobawić nauką”. Myśl „bawić ucząc i uczyć bawiąc” od początku towarzyszyła twórcom tego miejsca. O jego randze świadczy m.in. tytuł Popularyzatora Nauki 2011 roku, który został przyznany Stowarzyszeniu Delta – właścicielowi JuraParku – przez Polską Agencję Prasową oraz Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego. W JuraParku znajduje się także pełen atrakcji Park Rozrywki, Bajkowa Kraina Dinozaurów, Kino Emocji 5D. Ponadto dzieci mogą pobawić się w paleontologa i samodzielnie odkopać ukryty w piasku szkielet dinozaura. Obok parku funkcjonuje Muzeum Jurajskie, w którym zgromadzono ponad 300 skamieniałości z kraju i ze świata, oraz Zwierzyniec Bałtowski, gdzie na obszarze 60 ha, w pięciu sektorach, w warunkach zbliżonych do naturalnych żyje ok. 500 zwierząt z sześciu kontynentów.

Jednak dzisiaj Bałtów to niekwestionowana stolica questingu, czyli nowatorskiej formy turystyki, zwanej turystyką z zagadkami. Questing polega na odkrywaniu dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego małych ojczyzn. Łączy w sobie zabawę, elementy harcerskich podchodów i gier terenowych. To narracja, która towarzyszy zwiedzaniu, ale od zwykłych podchodów różni się przede wszystkim tym, że ściśle związana jest z konkretnym miejscem. Zapoczątkowany w USA questing jest w swych zasadach podobny do letterboxingu, gdzie tropy prowadzą do zapieczętowanych skrzyń, a ich odnajdywanie przypomina poszukiwanie skarbów. Na końcu przejścia na zdobywców czeka skarb – skrzyneczka, a w niej pieczętka, której odbicie potwierdza przebycie całej trasy.



Bałtowskie questy powstawały od 2010 roku. Do projektu ich tworzenia aktywnie włączyli się właściciele gospodarstw agroturystycznych oraz 20 młodych wolontariuszy z klubu Junior Bałt. Przez ponad rok przeszukiwali archiwa, biblioteki, docierali do ciekawych okazów przyrody, rozmawiali z najstarszymi przedstawicielami społeczności. Efektem projektu jest pierwsze 10 ścieżek edukacyjnych (questów), które w nietuzinkowy sposób opowiadają o dziedzictwie kulturowym gminy Bałtów. Są one dostępne zarówno dla turystów indywidualnych, jak i wycieczek szkolnych oraz grup zorganizowanych. Ulotki questów można otrzymać w gospodarstwach agroturystycznych, w punktach informacji turystycznej w gminie Bałtów, a także w kompleksie turystycznym JuraPark.



Wszystko o questach w Bałtowie można przeczytać tutaj: www.baltow.questing.pl



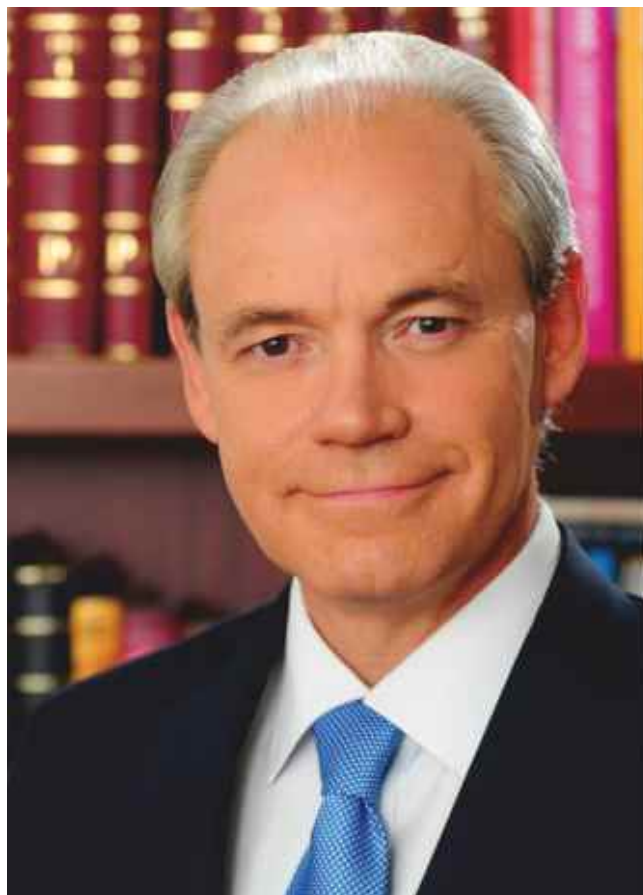
Adam Szejnfeld

Poset na Sejm RP
www.szejnfeld.pl

Na początku przynudzę – jak wielu już określa dobre wiadomości o polskiej gospodarce. W najnowszym rankingu Unii Europejskiej stabilności i wzrostu pięciu kluczowych dla gospodarki wskaźników Polska zajęła pierwsze miejsce wśród 24 krajów. Według ekonomistów nasza produkcja, zatrudnienie, kondycja rynku i eksport praktycznie nie doświadczyły skutków kryzysu. To już któryś raz z rzędu, kiedy słyszymy, że jesteśmy liderami. Chciałoby się, żeby naszym sportowcom na ostatniej olimpiadzie poszło choćby w części tak dobrze, jak nam w gospodarce... Oczywiście są zrealizowane. Wszak te badania to porównywanie nas do innych krajów Unii, tam natomiast od kilku lat dobrze się nie wiedzie. Tak czy owak, aktualnie lepiej mieć nasze niż ich zmartwienia. Przyczyny naszego sukcesu są wielorakie i z pewnością nie ograniczają się do jednego aspektu. Przebojowość i przedsiębiorczość Polaków na pewno wsparła rozważna polityka gospodarcza rządu, zwłaszcza budżetowa, oraz bodziec finansowy, jaki przyjęliśmy w latach 2008–2011. Kapitalnie rósł nam eksport, a nie bez znaczenia był również dobry popyt wewnętrzny. Wszystko to generowało też nowe inwestycje, a te hamowały niepożądany wzrost bezrobocia. W ostatnich miesiącach naszą gospodarkę skutecznie napędzało także Euro 2012 i choć ostrożnie patrzymy w przyszłość, zwłaszcza tę najbliższą, to pozycję wyjściową do stawienia czoła najnowszej fali kryzysu mamy zupełnie niezłą.

Nie wszędzie jednak nasza gospodarka radzi sobie równie dobrze i to zdaje się być dzisiaj naszym najbardziej palącym problemem. Od kilkunastu miesięcy czarne chmury zbierają się na przykład nad polską branżą budowlaną, która po latach prosperity doświadcza kłopotów. Jeszcze niedawno wydawało się, że wobec najwyższych w historii nakładów na rozwój infrastruktury nic złego nie ma prawa przydarzyć się firmom budującym chociażby drogi. Dlatego akcje spółek, które wygrywały przetargi, szybowały w górę, firmy zatrudniały tysiące nowych pracowników, a „podczepienie się” pod ten rynek zdawało się być nie tylko dobrym sposobem na przetrwanie niepewnych czasów, ale i na rozwój.

Co się więc stało? Część specjalistów uważa, że firmy w dużej mierze same sobie są winne, gdyż nierealnie szacowały koszty wykonywanych prac, na przykład nie przewidując wzrost cen materiałów. Podobnie podejmując ze sobą konkurencję cenową, nie zważały na to, czy za skrajnie niskie ceny podołają w ogóle wykonaniu zadania, nawet nie licząc na zysk. Eksperti uważają, iż państwo powinno pozwolić takim firmom zbankrutować, by na ich miejsce powstały nowe, silniejsze gospodarczo organizmy. Po drugiej stronie stoją sami przedsiębiorcy, wskazując na złe prawo o przetargach publicznych i rozliczeniach płatności, także z fiskusem, które



czyni z ceny w przetargu najważniejsze kryterium, a obowiązek podatkowy wobec państwa stawia ponad prawo do otrzymania zapłaty przez przedsiębiorcę. Prawda znajduje się, jak zwykle, pewnie gdzieś po środku. Stanowisko bowiem: „wygrać przetarg, potem się zobaczy”, tak charakterystyczne dla polskiego „jakoś to będzie”, nie jest najlepszym pomysłem na funkcjonowanie firmy na wolnym rynku. Ale i obowiązek zapłaty podatków przed otrzymaniem wynagrodzenia za towary i usługi jest według mnie godny krytyki. Być może mamy więc właśnie świetną okazję, aby podjąć pracę legislacyjną, zmienić nasze prawo na bardziej przystające do rozwojowych potrzeb polskich przedsiębiorców.

Pomysł, by odejść wreszcie od wybierania najtańszych ofert, wydaje się jak najbardziej trafiony, bo zbyt często najniższa cena równa się najgorszej jakości. Mówię to od lat, przygotowałem nawet dwa lata temu w tej sprawie projekt ustawy, lecz nie znalazł on wtedy uznania w Sejmie; może teraz będzie inaczej. Obecnie przygotowałem również projekt całego pakietu przepisów antykryzysowych, które miałyby za zadanie zmienić relację finansową przedsiębiorca – przedsiębiorca, przedsiębiorca – państwo, także w kontekście obowiązków fiskalnych. Zaprezentuję go niebawem. Jeśli jesienią byłaby zgoda na przyjęcie proponowanych przeze mnie rozwiązań, myślę, iż wielu przedsiębiorców i my wszyscy moglibyśmy w przyszłości spać bardziej spokojnie.

Państwo – według mnie – obecnie musi jeszcze bardziej otworzyć się na słuszne argumenty przedsiębiorców, przed nami bowiem wciąż jeszcze wiele kluczowych inwestycji do zrealizowania i na zapaść branży budowlanej nas nie stać, zresztą jak każdej innej. Lata rozwoju, jakie mamy przed sobą, nie będą łatwe, a mogą okazać się nawet trudniejsze, niż przewidujemy. Czas więc na ucieczkę do przodu.



Robert Gwiazdowski

Prezydent Centrum im. Adama Smitha

Zielona sprawiedliwość

Biedni muszą płacić podatki nie tylko na firmy upadające. Muszą też płacić na firmy świetnie prosperujące – żeby one mogły właśnie świetnie prosperować – jak producenci zielonej energii, która, co powszechnie wiadomo, jest droższa od energii tradycyjnej. Gdyby biedni mogli wybrać, czy płacić więcej, czy mniej, żeby żarówka w domu świeciła, woleliby płacić mniej. Ale na etapie walki o sprawiedliwość lud jest niewyrobyony – jak zakładał Karol Marks – więc nie można pozwolić ludowi decydować. Dla dobra ludu oczywiście. Dlatego w „demokratycznym państwie prawnym urzeczywistniającym zasady sprawiedliwości społecznej” lud będzie musiał zapłacić więcej za prąd, żeby inwestorom opłacało się inwestować w produkcję droższej energii niż tańszej. I podobno to jest nadal kapitalizm, choć kapitał za czasów kapitalizmu wybierał raczej takie inwestycje, które pozwalały zrobić to samo co konkurencja, ale taniej, albo za tę samą cenę co konkurencja, ale lepiej. Dzisiejsi kapitaliści robią odwrotnie, ale za to mogą liczyć na wsparcie rządu w staraniach, by wyciągnąć od biednych więcej pieniędzy.

„Zielona energia jest bardzo ważna. Nie wszystko, co tanie, jest dobre, czasami rzeczy drogie są niezbędne. Tak jest, jeżeli się myśli w kategoriach większych ram czasowych, a przede wszystkim myśli się o przyszłości” – powiedział Agencji Informacyjnej Newseria słynny polski inwestor Doktor Jan, komentując, dlaczego zdecydował się na inwestycję w farmę wiatrową na morzu.

Moja Babcia mówiła, że biednych ludzi nie stać na to, żeby kupować rzeczy tanie. Ale w jej czasach cena była synonimem jakości. Co ta zasada ma wspólnego z prądem? Dziś cena jest efektem „pozycjonowania” produktu, a także „relacji inwestorskich” pomiędzy inwestorem a rządami „demokratycznych państw prawnych, urzeczywistniających – tak jak Polska – zasady sprawiedliwości społecznej”.

U zarania kapitalizmu każdy zakład przemysłowy musiał mieć swoją małą elektrownię. To była jego przewaga konkurencyjna. Później pojawili się producenci prądu, którzy dostarczali go taniej niż koszt jego wyprodukowania we własnej fabryce. Dziś się okazuje, że drogi prąd „w kategoriach większych ram czasowych” „jest niezbędny”.



Dlatego Doktor Jan – podobnie jak inni inwestorzy z tej branży – może liczyć na: 1) dotacje, 2) preferencyjne kredyty, 3) dopłaty do wyprodukowanej energii w formie tzw. zielonych certyfikatów.

Żeby rząd mógł udzielić dotacji, podatnicy muszą zapłacić podatki. Żeby bank mógł udzielić preferencyjnego kredytu, rząd musi dopłacić – do czego także potrzebuje wpływów podatkowych. I jest jeszcze jeden podatek – system świadectw pochodzenia, zwany również zielonymi certyfikatami. Zgodnie z prawem energetycznym sprzedawca energii elektrycznej (spółka obrotu) na każde 100 MWh sprzedanej odbiorcy końcowemu energii powinien przedstawić do umorzenia zielone certyfikaty odpowiadające energii 10,4 MWh (10,4 proc.). Certyfikaty te może kupić na Towarowej Giełdzie Energii, jeśli tego nie zrobi, musi zapłacić podatek określany jako opłata zastępcza. Producenci zielonej energii otrzymują zielone certyfikaty, które następnie sprzedają spółkom obrotu za cenę nieco niższą niż opłata zastępcza. Opłatę zastępczą lub cenę zielonego certyfikatu spółka obrotu dolicza do kosztu działalności, który musi być niższy niż przychód z tejże działalności. A zatem ponosząc koszt podatku pod nazwą zielony certyfikat lub opłata zastępcza, muszą one podnieść cenę sprzedawanej energii. W 2011 roku ta „gra w zielone” kosztowała 2,7 miliarda złotych. W przeliczeniu na obywatela to około 71 złotych – raptem 6 złotych miesięcznie. Biedni nie zauważą, dzięki czemu rząd będzie mógł nadal realizować politykę „sprawiedliwości społecznej”.

Gala „Teraz Polska” 2012



Michał Kleiber, Krzysztof Przybył



Grzegorz Miśtał,
Agata Konarska



Sebastian Karpiel-Butecka



Lech Wałęsa, Aleksandra Kwaśniewska



Czesław Lang



Jurek Owsiak, Ewa Kopacz



Jerzy Buzek



Strefa biznesu

Strefa relaksu



Specjalnie dla laureatów Teraz Polska
10% rabatu na pobyty 7.dniowe

- spotkania biznesowe
- sale konferencyjne z pełnym wyposażeniem
- szkolenia
- imprezy integracyjne
- własna baza gastronomiczna
 Restauracja Ogólna i Dietetyczna
 Restauracja „Onyx”
 Kawiarnia „Wiktorija”



- komfortowe pokoje i apartamenty
- Zespół Wellness & SPA
 basen wewnętrzny i zewnętrzny,
 zespół saun i łaźni
- basen solankowy
- Kryształowa Komnata Solna z miniTĘŻNIĄ
- Salon Urody i Centrum Dermatologii Estetycznej
 usługi medyczne i kosmetyczne,
 zabiegi relaksacyjne
- bogata oferta kulturalna

Klinika Uzdrawiskowa „Pod Tęźniami” im. Jana Pawła II
 Spółdzielnia Usług Medycznych
 ul. Warzełniana 7, 87-720 Ciechocinek
 tel. +48 54 416 70 00, rezerwacja@podtezniami.pl



www.podtezniami.pl



Ryszard Kalisz, Lucjan W. Nowiński



Aleksandra Kurzak, Jurek Owsiak



Jerzy Buzek, Ryszard Kalisz, Teresa Sukniewicz-Kleiber, Michał Kleiber, Adam Szejnfeld, Olgierd Dziekoński



Krzysztof Przybył, Michał Kleiber, Aleksandra Kurzak, Adam Szejfeld, Agata Konarska, Sebastian Karpiel-Butecka



SOLIDNE POKRYCIA DACHOWE I ELEWACYJNE

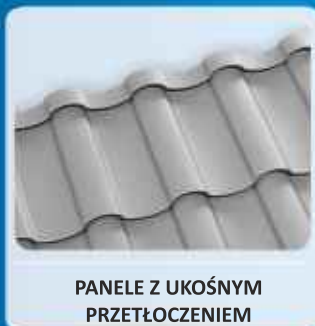


Polecam

Pruszyński



GOTOWE OTWORY
MONTAŻOWE



PANELE Z UKOŚNYM
PRZETŁOCZENIEM



CIĘTY PO FALI BRZEG



POWŁOKA PURMAT 55 µm

Blachodachówka dostępna jest również w wersji ARAD CLA, produkowanej w arkuszach na konkretną długość. Oferowana jest we wszystkich powłokach z oferty firmy, w 27 kolorach podstawowych + paleta RAL.

www.pruszynski.com.pl

☎ (48 22) 738 60 00

✉ pruszynski@pruszynski.com.pl

NOWOŚĆ



Kolekcjonuj wydarzenia z Poczta Polska



Collect events with Poczta Polska



Poczta Polska S.A. jest laureatem konkursu "Teraz-Polska"

www.poczta-polska.pl

Poczta  Polska