

Marka „Polska”



**BOGUSŁAWA
KRZCZANOWICZ**

Wiele krajów na świecie kojarzy się z pozytywnymi cechami ich mieszkańców, kultury, krajobrazu lub pochodzących stamtąd produktów. Mówi się często: niemiecka solidność, szwajcarska precyzja, francuska elegancja, amerykańska przedsiębiorczość... Zespół cech, które wyróżniają państwo na arenie międzynarodowej i pozwalają na zbudowanie pozytywnego wizerunku w świecie, określany jest jako „marka narodowa”.

Według zestawienia „Top 100 marek narodowych” z 2012 r. londyńskiej firmy doradczej Brand Finance Institute, mierzącego postrzeganie danego kraju przez obywateli innych państw, najbardziej „markowymi” i najlepiej kojarzącymi się pod względem finansów, produkcji i turystyki narodami są Amerykanie, Chińczycy i Niemcy. Polska w globalnym zestawieniu znalazła się na 20. miejscu, a na 8. w Europie, wyprzedzając takie kraje, jak Austria, Belgia czy Dania. Okazało się też, że wartość naszej marki rośnie najszybciej spośród wszystkich analizowanych państw.

Na pozytywny wizerunek Polski wpłynęła sprawna (z punktu widzenia obcokrajowców) organizacja Euro 2012. Jednak wartość marki buduje się latami, a na wynik składa się praca wielu pokoleń. Spróbujmy wymienić kilku zastużonych budowniczych marki „Polska” (z zastrzeżeniem, iż wybór ten jest mocno subiektywny).

Wynalazca Jan Czochoński jest jednym z najczęściej (choć mało kto u nas wie o tym) wymienianych i cytowanych Polaków w literaturze naukowej świata, obok Mikołaja Kopernika i Marii Curie-Skłodowskiej. W swoim dorobku miał wiele osiągnięć, ale nieśmiertelność zapewniło mu odkrycie metody otrzymywania monokryształów i półprzewodników. Wynalazkiem tym wyprzedził epokę, dając początek rozwojowi elektroniki. Metoda Czochońskiego, po kilku modyfikacjach, jest wykorzystywana do dziś w produkcji układów scalonych, bez których nie można sobie wyobrazić współczesnych telewizorów, komputerów, samochodów, telefonów...

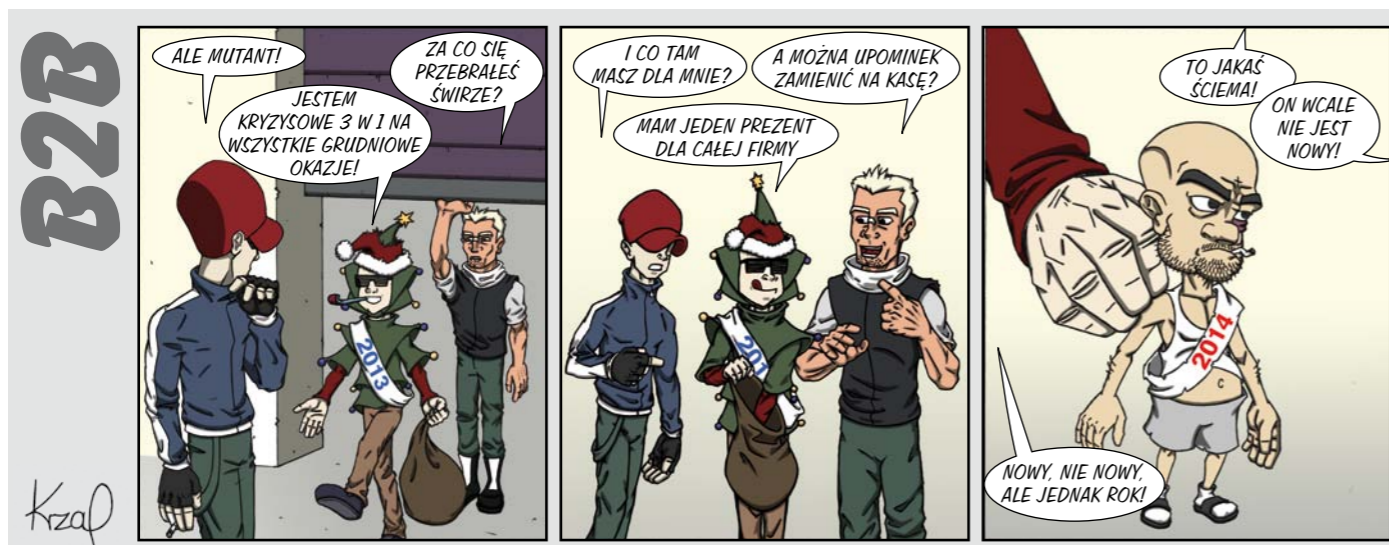
Autorami innego technologicznego przełomu, dzięki któremu jest głośno o Polsce w świecie, są uczeni z ITME w Warszawie, pracujący nad grafenem. Ten niesamowity materiał – bardziej wytrzymały niż stal, giętki, rozciągliwy, przewodzący prąd i dane z gigantyczną prędkością – jest przedmiotem pożądanym wszystkich firm, mających jakikolwiek związek z nowymi technologiami. Nad metodą jego pozyskiwania pracują obecnie największe koncerny światowe, jak

IBM, Apple czy Samsung. Ale prace prowadzone w Polsce są najbardziej zaawansowane i wiele wskazuje na to, że już w przyszłym roku uda się u nas uruchomić linię do produkcji grafenu na skalę przemysłową.

Zastużeni dla marki „Polska” są też twórcy gry komputerowej „Wiedźmin”, opartej na powieściach Andrzeja Sapkowskiego. To nasz prawdziwy hit eksportowy – zebrał ogrom prestiżowych nagród i jest jedną z najlepiej sprzedających się gier PC. Szacuje się, że łączna jej sprzedaż na świecie niedługo może osiągnąć okrągłe dziesięć milionów! Sukces „Wiedźmina” to efekt wielkiej determinacji i niezłomnego dążenia do celu. Stworzenie produktu o światowej jakości (gry komputerowe z gatunku RPG są wręcz kosmicznie skomplikowane) w kraju bez takich tradycji, było zadaniem niezwykle ambitnym i odważnym. A jednak udało się!

Michał Kiciński, współtwórca komputerowego „Wiedźmina”, zapytany, jakich rad udzieliłby polskim przedsiębiorcom planującym wejście na globalny rynek, odpowiedział: *Historia naszego sukcesu może być nauką dla wszystkich, do zastosowania w wielu obszarach życia. Przede wszystkim pokazuje, że sukces nie bierze się znikąd, nie jest dziełem przypadku. (...) Przez wiele lat pracowaliśmy z zagranicznymi kontrahentami i zdaliśmy sobie sprawę, że absolutnie w niczym nie ustępujemy nawet największym firmom z branży, a często wręcz w wielu obszarach mamy przewagę.*

Chapeau bas!



FOT. ARCHIWUM

Jakość pierwszego montażu

Power Transmission Group
Our Drive – Your Success



Continental
CONTITECH