



Łukasz Zboralski

Z badań wynika, że Polacy swój patriotyzm realizują często poprzez kupowanie polskich produktów. „Do Rzeczy” już po raz piąty pomaga im takie wskazywać i przyznało wyróżnienia w konkursie 100% Polski Produkt

Patriotyzm gospodarczy w wymiarze konsumenckim liczył się zawsze. Dzisiaj – gdy pandemia COVID-19 poważnie uderza w gospodarkę całego świata – jest on jeszcze ważniejszy niż zwykle. Polacy na szczęście dobrze sobie z tego zdają sprawę. Jak wynika z opublikowanego we wrześniu badania ICAN Institute, polskie pochodzenie produktu jest nadal ważnym czynnikiem przy dokonywaniu zakupu. 62 proc. badanych twierdziło, że w okresie pandemii kupowało polskie produkty i wybierało polskie marki. Szczególnie chętnie robili to seniorzy. W dodatku w dobie koronawirusa mamy też ogromną chęć dopomagania rodzimym firmom. 51 proc. badanych twierdziła, że podczas pandemii (czyli w lipcu 2020 r., gdy prowadzono sondaż) jeszcze chętniej sięga po polskie produkty niż w poprzednim roku.

JAK ZNALEŹĆ TO, CO POLSKIE?

Oczywiście, Polacy wybierają rodzime produkty nie tylko dlatego, że są polskie, lecz także dlatego, że są one wysokiej jakości. W badaniu ICAN Research na pytanie o motywację wyboru takich produktów najczęstszą odpowiedzią respondentów była: „Bo są smaczne” (62 proc.). Z kolei 41 proc. odpowiadało, że dlatego, iż są to produkty wysokiej jakości.

Wielu ankietowanych przyznawało też, że kupuje polskie produkty, bo chce wspierać polskich przedsiębiorców (52 proc.), oraz dlatego, że ma to wpływ na rozwój polskiej gospodarki (46 proc.). Świadomość konsumentów jest na tyle wysoka, że 13 proc. badanych zauważało, iż „kupowanie zagranicznych produktów osłabia pozycję gospodarczą Polski”.

Konsumenci mają zbieżne postawy z menedżerami firm, których też w tym sondażu badano. Na pytanie: „Dlaczego



firma współpracuje z polskimi dostawcami produktów i usług?” najwięcej osób wskazało na chęć wspierania polskich przedsiębiorców (79 proc.), a 48 proc. zauważało, że taki wybór ma wpływ na rozwój polskiej gospodarki.

Z sondażu ICAN Research wynika, że za „polski produkt” konsumenci uważają ten, który jest wyprodukowany z polskich surowców, w kraju i przez firmę z polskim kapitałem. 77 proc. sprawdza więc, czy produkcja odbywa się nad Wisłą. 46 proc. bada pochodzenie surowców, z których powstał produkt. A 40 proc. sprawdza też, czy producent ma siedzibę w Polsce.

Co ważne, połowa badanych twierdzi, że częściej sięgałaby po polskie produkty, gdyby były one lepiej oznaczone. I tę potrzebę znakomicie zaspokaja marka 100% Polski Produkt, którą tygodnik „Do Rzeczy” od lat wyróżnia najbardziej polskie produkty. Partnerem głównym konkursu jest PKN Orlen.

LAUREACI 2020

W ubiegłym tygodniu już po raz piąty przyznaliśmy wyróżnienia

podczas uroczystej gali w hotelu Arche w Warszawie. Uroczystość prowadził Piotr Gociek.

– Staramy się docenić firmy, producentów, tych wszystkich, którzy w szczególności promują polskie marki, polskie produkty, polską myśl techniczną, polskie rozwiązania i wszystko to, co łączy się z dobrą, polską gospodarką – mówił podczas uroczystego otwarcia gali Paweł Lisicki, redaktor naczelny „Do Rzeczy”.

Rafał A. Ziemkiewicz wspominał, jak polscy pracownicy zaskoczyli Francuzów, gdy okazali się na rynku pracy lepsi, czego symbolem był słynny „polski hydraulik”. Zauważał też, że by zatamować polską siłę transportową, w UE przeforsowano dyrektywę o pracownikach delegowanych – bo tylko w taki, nieładny sposób inne kraje były w stanie przyhamować rozwój i potencjał polskich firm. – Jesteśmy narodem przedsiębiorców. I wiemy to ze wskaźników makroekonomicznych – podkreślał Ziemkiewicz.



Na zdjęciu (od lewej): Piotr Gociek, publicysta „Do Rzeczy”; Paweł Strączyński, wiceprezes PGE; Radosław Zacharek, dyrektor Zakładu KSC SA „Polskie Przetwory”; Paweł Lisicki, redaktor naczelny „Do Rzeczy” FOT. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

w praktyce

Tegoroczną nagrodę główną konkursu jury przyznało PGE Polskiej Grupie Energetycznej za aplikację POLA. Dzięki niej można sprawdzić, czy produkt został wytworzony w Polsce. Aplikacja jest jedną z odsłon kampanii społecznej „Polskie – kupuję to!”. PGE będzie ją wspierać w rozwoju, by obejmowała coraz więcej branż. Algorytm aplikacji pozwala na rozpoznawanie na podstawie kodu kreskowego produktu tego, w jakim stopniu w Polsce odbywa się produkcja, czy prowadzone w kraju były badania nad produktem, czy firma jest zarejestrowana nad Wisłą i czy jest częścią zagranicznego koncernu.

Nagrodę dla PGE odebrał Paweł Strączyński, wiceprezes Zarządu PGE Polska Grupa Energetyczna ds. finansowych. – Na Polskiej Grupie Energetycznej, która jest jednym z największych inwestorów na rynku krajowym, spoczywa szczególnie odpowiedzialność we wspieraniu polskiego biznesu – mówił podczas gali Strączyński. – Każdy z nas, kupując polskie produkty, wspiera tym samym

polских przedsiębiorców i zyskuje na tym cała polska gospodarka. Zachęcam wszystkich do wspierania tej cennej inicjatywy – apelował.

W kategorii „Duże przedsiębiorstwa” nagrodzono markę „Polskie Przetwory” Krajowej Spółki Cukrowej SA. Pod tą marką spółka sprzedaje na rynku keczupy, koncentraty pomidorowe i soki. Nagrodę odebrał Radosław Zacharek, dyrektor Zakładu Krajowej Spółki Cukrowej SA „Polskie Przetwory” z siedzibą we Włocławku. – Polscy konsumenci coraz częściej zwracają uwagę na pochodzenie nabywanych produktów. Cieszy fakt, że taka postawa szczególnie widoczna jest w odniesieniu do dóbr wytwarzanych w rodzimym sektorze spożywczym. Tego typu decyzje zakupowe prowadzą nie tylko do nabywania wysokiej jakości lokalnych produktów, ale wspierają także krajową gospodarkę, w tym polskie przedsiębiorstwa i cały sektor rolny – mówił Radosław Zacharek, dyrektor Zakładu KSC SA „Polskie

Przetwory”. – Jesteśmy dumni z otrzymanej nagrody. Każdego dnia dokładamy wszelkich starań, by dostarczać naszym odbiorcom najwyższej klasy produkty w każdym z segmentów działalności Krajowej Spółki Cukrowej – dodał.

W tej kategorii wyróżniono też firmę Arche SA za profesjonalne usługi deweloperskie. Grupa Arche do tej pory zbudowała m.in.: Osiedle Albatrosów na Ursynowie, Osiedle Woronicza na Mokotowie, Osiedle Łamana we Włochach, Villa Vogla na Wilanowie, Osiedle Postępu 10 na Mokotowie w Warszawie oraz Osiedle Wybickiego w Żąbkach, wieloetapowe Osiedle Bema w Piasecznie, Osiedle Tobacco Park w Łodzi i wiele innych na terenie Warszawy i okolic. Łącznie wybudowano ponad 6,5 tys. domów i mieszkań. Do Grupy Arche należą również 12 hoteli. Poza działalnością deweloperską i hotelową Grupa Arche zarządza siecią barów Kuchnia za Ścianą w Warszawie oraz Parkiem Handlowym w Siedlcach. – Firma Arche wiele już nagród dostała, ale ta szczególnie jest nam bliska, bo jesteśmy polską firmą i jest dla nas dużym zaszczytem, że nas zauważono – dziękował prezes Arche Władysław Grochowski.

W kategorii „Małe i średnie przedsiębiorstwa” wyróżnienie konkursowe za beton antysmogowy otrzymała firma HM Factory sp. z o.o. Firma opracowała własną technologię produkcji gotowych elementów do budownictwa mieszkalnego – ścian, schodów, balkonów – z mieszanki betonu o obniżonej emisyjności CO₂.

Polskie Centrum Fotoniki i Światłowodów zostało wyróżnione za program edukacyjny. W jego ramach odbywają się: demonstracje, wykłady i spotkania naukowe. Centrum dociera z wiedzą do uczniów wielu szkół i uczelni, m.in. pomaga organizować kierunek fotoniczny na UMCS. © © Wszelkie prawa zastrzeżone

PARTNER GALI

