

# Jak promować markę Polska?

Adam Folek

Regionalny Ośrodek Debaty Międzynarodowej  
w Katowicach  
[www.rodm-katowice.pl](http://www.rodm-katowice.pl)  
[rodm@rodm-katowice.pl](mailto:rodm@rodm-katowice.pl)



Ośrodek Debaty  
Międzynarodowej  
Katowice



---

Rzeczpospolita Polska  
Ministerstwo  
Spraw Zagranicznych

Zadanie dofinansowane ze środków  
Ministerstwa Spraw Zagranicznych

# Rola dyplomacji publicznej

- coraz ważniejsze narzędzie w polityce zagranicznej państw
- charakteryzuje się otwartością i wielostronną współpracą, opartą na jawnej kooperacji wszystkich zainteresowanych stron (mniej ważne stają się układy, protokoły itp.)
- wiąże się z rozwojem technologii i nowych mediów
- Ślub Kate Middleton i księcia Williama oglądało 300 mln
  
- traktowanie państw jako konkurentów na arenie międzynarodowej

# Pojęcie marki kraju

- inaczej - marka narodowa
- narzędzie wpływu, informacji i promocji wykorzystywane świadomie
- służy do promowania kraju i jego długookresowych, żywotnych i strategicznych interesów
  
- tworzone i używane są **marki aspirujące** - modyfikujące zastany wizerunek i zmieniające go na bardziej korzystny, zwracając uwagę na strategiczne cele długookresowe
- marki krajów unikają przesadnych wyróżników i kontrowersji, dążą do ideału marki “znanej i lubianej”, bardziej niż “zaskakującej i odmiennej”

# Marka Polska - informacje ogólne

- Odpowiedzialny za koordynację działań w tym zakresie jest Międzyresortowy Zespół Do Spraw Promocji Polski za Granicą
- Zespół dokonuje analizy strategicznych dokumentów (np. Załącznik do dokumentu “Kierunki promocji Polski na lata 2017-2027”)
- Oraz podejmuje uchwały w formie dokumentów, które mogą zostać uszczegółowione i znaleźć szerokie zastosowanie przez instytucje publiczne, samorządy, ngo oraz obywateli

# Marka Polska - przeszkody i wyzwania

- Mocarstwa euroatlantyckie - elity i społeczeństwa odczuwają trudność wobec pełnego zrozumienia i uznania polskiej podmiotowości
- **Wśród elit zachodnich Polska ma obecnie opinię państwa o niecałkowicie ugruntowanej demokracji**
- Działania dezinformacyjne i propagandowe wymierzone w Polskę i jej sojuszników
- Polska polityka promocyjna za granicą przez ostatnie dziesięciolecia cierpiała na niedostatki środków, koordynacji i konsekwencji. Konkurujemy z państwami, które taką politykę skutecznie realizują od wielu lat

# Marka Polska - główne cele

- Wzmocnienie pozycji państwa na arenie międzynarodowej
- Zapewnienie bezpieczeństwa
- Rozwój gospodarczy
- Ochrona dziedzictwa kulturowego i promocja kultury

# Promocja Polski - założenia

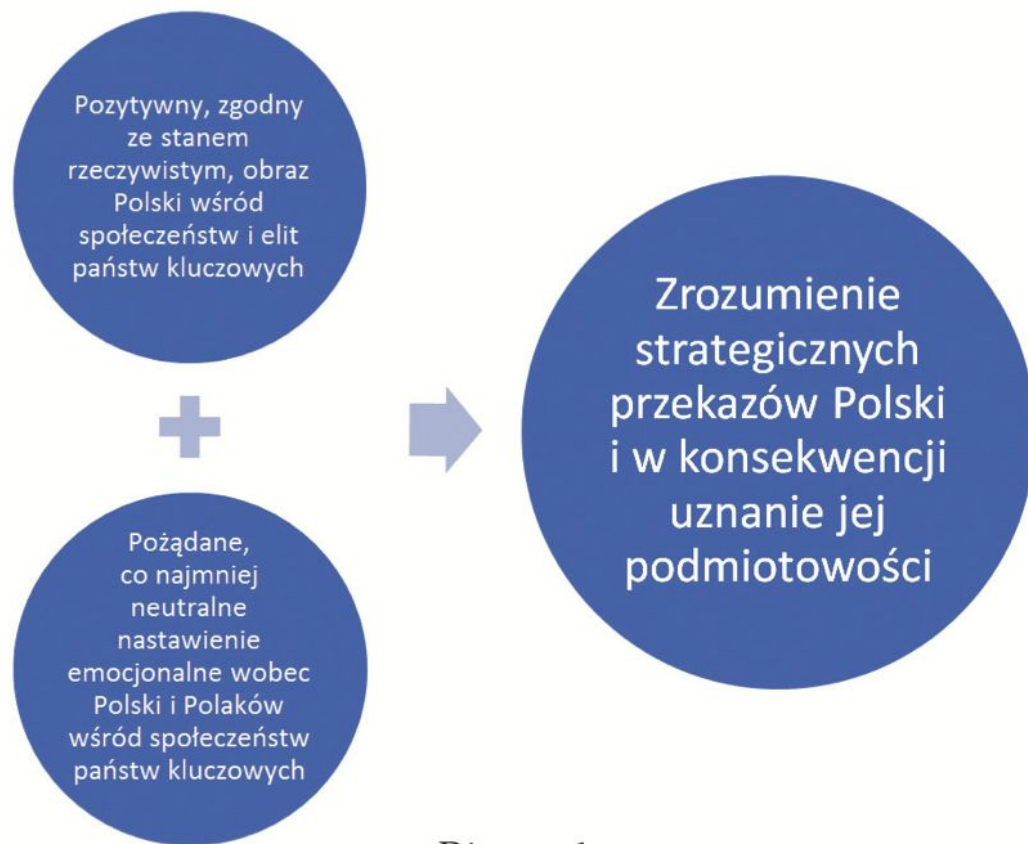


Diagram 1.

# Promocja Polski - główne wartości





# Marka Polska - główne wartości

- **INNOWACYJNA** - dostarcza idei i rozwiązań, dzięki którym świat staje się lepszy
- **INSPIRUJĄCA** - wyzwala w ludziach energię, pobudza do działania
- **OTWARTA** - łatwo dostępna dla każdego, otwarta na ludzkie potrzeby
- **PRZYJAZNA** - ludzie są dla niej najważniejsi

# Marka Polska - kanały komunikacji

1. Wizyty studyjne liderów opinii w Polsce
2. Spotkania bezpośrednio z liderami opinii w Polsce
3. Spotkania bezpośrednio z liderami opinii w ich państwie
4. Relacje z dziennikarzami
5. Zwiększenie ruchu turystycznego
6. Media społecznościowe
7. Udział w targach i wystawach międzynarodowych

# Marka Polska - analiza obszarów strategicznych

1. Bezpieczeństwo i polityka
2. Gospodarka
3. Nauka i innowacyjna
4. Turystyka
5. Kultura

# Promocja Polski - przykład działania z okazji <sup>12</sup> 100-lecia odzyskania niepodległości

Google



## Marka Polska - w stronę SIW

Na system identyfikacji wizualnej marki (**SIW**) składają się logo, czcionka, kolorystyka, zasady wykorzystywania elementów graficznych, zasady wykorzystywania zdjęć i tym podobne zalecenia dotyczące aspektów wizualnych marki.

Głównym elementem jest **logo**.



Rysunek 16 – przykładowe logo główne – wersje obcojęzyczne

# Marka Polska - #PL100



Dziękuję za uwagę  
Adam Folek



Ośrodek Debaty  
Międzynarodowe  
Katowice



---

Rzeczpospolita Polska  
Ministerstwo  
Spraw Zagranicznych

Zadanie dofinansowane ze środków  
Ministerstwa Spraw Zagranicznych