



Innowacyjny
Dolny Śląsk



**DOLNY
ŚLĄSK**

Raport ze spotkania Grupy Roboczej ds. Inteligentnych Specjalizacji

28 KWIETNIA 2026

Wykonawca: Aldona Kucner
Q-Aldo Communication



Fundusze Europejskie
dla Dolnego Śląska



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



**DOLNY
ŚLĄSK**

SPIS TREŚCI

SPIS TREŚCI	2
1. WPROWADZENIE I CEL RAPORTU	3
2. UCZESTNICY SPOTKANIA.....	3
3. RAMOWY PRZEBIEG SPOTKANIA.....	4
4. ZIDENTYFIKOWANE SYMBOLE DOLNOŚLĄSKICH INNOWACJI	5
5. POZOSTAŁE SYMBOLE	7
5. WNIOSKI	7
6. REKOMENDACJE	8
7. PODSUMOWANIE	8

1. WPROWADZENIE I CEL RAPORTU

W niniejszym raporcie podsumowano przebieg i rekomendacje z 10 spotkania Grupy Roboczej ds. Inteligentnych Specjalizacji Dolnego Śląska, które odbyło się 28 kwietnia 2026r. w hotelu Haston Old Town we Wrocławiu.

Celem spotkania dyskusja nad rolą Dolnego Śląska w budowaniu marki innowacyjnej Polski oraz zidentyfikowanie symboli dolnośląskiej innowacyjności, które mogłyby stać się podporą marki.

2. UCZESTNICY SPOTKANIA

W spotkaniu uczestniczyły 23 osoby. Były to:

Nazwisko	Imię	Instytucja
Balcerzak	Lucyna	Politechnika Wrocławska
Cendrowski	Jakub	InQube
Derlukiewicz	Damian	Politechnika Wrocławska
Gawczyński	Jakub	Nanores Sp. Z o.o.
Głuchowski	Paweł	Graphene Energy Sp. Z o.o.
Hodun	Krzysztof	Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego
Janas	Piotr	Info Solutions Sp. Z o.o.
Kasprzyk	Natalia	Uniwersytet Wrocławski
Kucner	Aldona	Q-Aldo Communication
Konieczna	Oliwia	Uniwersytet Wrocławski
Kyriienko	Anastasja	Marka Polska
Laskowska	Anna	Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu
Martewicz	Katarzyna	Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego
Maślińska-Zajac	Agnieszka	Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego

Nazwisko	Imię	Instytucja
Mąka	Agnieszka	DAWG Sp. z o.o.
Mamij	Dominika	Uniwersytet Wrocławski
Mróz-Gorgoń	Barbara	Marka Polska
Mutor	Natalia	Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego
Osiadacz	Jarosław	Innova
Pawłowska- Robakiewicz	Agata	Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego
Sałamacha	Katarzyna	Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego
Sojka	Jakub	Uniwersytet Medyczny we Wrocławiu
Suliga	Arkadiusz	Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego

Spotkanie poprowadziła prof. Barbara Mróz-Gorgoń, Prezeska Fundacji Marka Polska Think Tank przy moderacji Aldony Kucner.

3. RAMOWY PRZEBIEG SPOTKANIA

Spotkanie przebiegło według następującego harmonogramu:

- 9:00 – 9:15 – powitanie uczestników, przedstawienie celów spotkania
- 9:15 – 9:30 – prezentacja działania Fundacji Marka Polska oraz wyników badań nad atrybutami marki narodowej
- 9:30 – 10:15 – identyfikacja osób, instytucji, osiągnięć mogących stanowić symbol dolnośląskich innowacji - dyskusja w grupach
- 10:15 – 10:30 – omówienie wypracowanych propozycji
- 10:30 – networking

Gości, w imieniu Marszałków Województwa Dolnośląskiego, powitał **Krzysztof Hodun, Dyrektor Wydziału Współpracy z Zagranicą w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Dolnośląskiego**. Przypomniat on cele spotkania oraz przedstawił prowadzącą - prof. Barbara Mróz-Gorgoń, Dyrektor Fundacji Marka Polska Think Tank.

Następnie **prof. Barbara Mróz-Gorgoń, Dyrektor Fundacji Marka Polska Think Tank**, zapoznała uczestników z celami Fundacji, która bada, jak Polacy czują się ze swoją marką oraz przygotowuje wytyczne do budowania spójnej marki narodowej. Przedstawiła skojarzenia z marką narodową, które najczęściej przywołują uczestnicy badań oraz efekt kraju pochodzenia w kontekście wyborów konsumenckich. Wspomniała także, że tego rodzaju okrągłe stoły realizowane są też w innych województwach Polski. Podkreśliła, jak ważne jest zidentyfikowanie i promocja kluczowych przewag. Dodała też, że takich przewag składających się na markę nie powinno być więcej, niż 5/7, maksymalnie 12.

Następnie w podziale na dwie grupy uczestnicy dyskutowali nad następującymi kwestiami:

- jakie osoby (żyjące lub historyczne) mogłyby być ambasadorami dolnośląskich innowacji
- jakie osiągnięcia w regionie szczególnie powinny być wytypowane do budowy marki Dolnego Śląska
- z czego, jako Dolnoślązacy, jesteśmy szczególnie dumni, jeśli chodzi o innowacje

4. ZIDENTYFIKOWANE SYMBOLE DOLNOŚLĄSKICH INNOWACJI

Poniżej zaprezentowano wyniki dyskusji Grupy Roboczej ds. Inteligentnych Specjalizacji Dolnego Śląska co do symboli (osób, instytucji, zjawisk, osiągnięć), które mogą reprezentować innowacyjny Dolny Śląsk.

TEMAT 1 - OSOBY

Jako historycznych przedstawicieli innowacji dolnośląskich, uczestnicy przywoływali

- Rudolf Weigl – postać historyczna - biolog, wynalazca szczepionki przeciw tyfusowi plamistemu
- Ludwik Hirszweld – postać historyczna - lekarz, bakteriolog, immunolog, autor oznaczeń grup krwi
- Olga Mailnikiewicz – postać współczesna – fizyk, wynalazca metody drukowania ogniw słonecznych na bazie perowskitów
- Paweł Marchewka – postać współczesna, producent gier komputerowych
- Osoby związane z kulturą – postacie współczesne: Olga Tokarczuk, Sławek Gortych

TEMAT 2 – ORGANIZACJE/OSIĄGNIĘCIA

- XTPL – wrocławskie przedsiębiorstwo oferujące rozwiązania w obszarze technologii addytywnych
- Bioceltics – wrocławskie przedsiębiorstwo oferujące biologiczne leki weterynaryjne
- Scanway – wrocławskie przedsiębiorstwo produkujące systemy wizyjne m.in. do satelitów
- Sat Rev – wrocławskie przedsiębiorstwo realizujące nanosatelity
- Hasoc Lek – wrocławski producent leków, suplementów diety i kosmetyków
- KGHM – dolnośląskie przedsiębiorstwo wydobywcze, producent miedzi i srebra

TEMAT 3 – POWODY DO DUMY

- Kompetencje badawcze
 - Kontynuacja Lwowskiej Szkoły Matematycznej (po II Wojnie Światowej)
 - Wrocławska kardiologia (ostatnie 20 lat).
 - Wrocławska immunologia i bakteriologia (100 lat)
 - Badania nad przetwarzaniem obrazu, satelity – obszar AEROSPACE.
- Umiejętności adaptacyjne Dolnoślązaków do zmieniającego się otoczenia
- Pracowitość i wysokie kompetencje naszych mieszkańców
- Wysokiej jakości środowisko kulturowe (zamki, pałace, wysoka urbanizacja, zasobne historyczne wsie)
- Unikalne środowisko przyrodnicze – geologia, ukształtowanie terenu (góry i pogórza), lasy
- Uzdrowiska i potencjał leczniczy naszego regionu

5. POZOSTAŁE SYMBOLE

Uczestnicy przywoływali także symbole, które nie są związane z naszym regionem, lecz również mogą wpisać się markę innowacyjnej Polski.

- Jan Czochralski – postać historyczna - chemik, metaloznawca, autor metod krystalizacji
- Ignacy Łukasiewicz – postać historyczna - farmaceuta, wynalazca lampy naftowej i założyciel pierwszej na świecie kopalni ropy naftowej
- Jan Szczepanik – postać historyczna, wynalazca-samouk, nazywany polskim Edisonem
- Kazimierz Żegleń – postać historyczna, wynalazca materiału kuloodpornego
- Józef Kosacki – postać historyczna, wynalazca wykrywacza metali
- Tadeusz Sędzimir – postać historyczna, wynalazca metod cynkowania ogniowego i walcowania blachy
- Mirosław Hermaszewski – postać historyczna – polski lotnik i kosmonauta
- Sławosław Uznański-Wiśniewski – postać współczesna – polski kosmonauta i badacz
- Tomasz Patan – postać współczesna, właściciel przedsiębiorstwa produkującego jednoosobowe drony
- Rafał Modrzewski – postać współczesna, właściciel fińskiego startupu ICEYE zajmującego się obrazowaniem satelitarnym
- Wojciech Zaremba, Jakub Pachocki, Aleksander Mądry i inni Polacy tworzący OpenAI, zajmującej się sztuczną inteligencją
- Piotr Dąbkowski, Mateusz Staniszewski – założyciele Eleven Labs, przedsiębiorstwa oferującego naturalnie brzmiące syntezatory mowy
- Creotech Instruments – producent elektroniki i technologii kosmicznych

5. WNIOSKI

Podczas spotkania skupiono się na tych symbolach/przewagach, które związane są z innowacyjnością. Nie omawiano natomiast innych walorów województwa, które również składają się na jego markę, np. walorów turystycznych, historycznych.

Przy okazji wymieniania dolnośląskich i polskich wynalazków oraz przedsiębiorstw, postawiono także pytanie o bariery na drodze do innowacji. Tu wskazano przede wszystkim zbyt obciążające procedury związane z wdrażaniem i testowaniem rozwiązań oraz późniejszym patentowaniem wynalazków. Inną ważną barierą jest zbyt długi proces decyzyjny, szczególnie po stronie instytucji publicznych.

Wymieniano także opory bądź niskie kompetencje przedsiębiorstw w zakresie skalowania swoich innowacji. Często przedsiębiorstwa wzrostowe, zamiast podjąć decyzję o globalnym zasięgu swoich produktów podejmują decyzje o sprzedaży biznesu.

6. REKOMENDACJE

Przedmiotem dyskusji przy stolikach było też to, jak wzmocnić budowanie marki regionu i kraju w oparciu o innowacje. Opracowano następujące rekomendacje:

- Budowanie marki Polski na produkcie masowym. Może to być technologia o popularnym charakterze, na przykład gamingowa. Taka, która ma niskie bariery wejścia i szansę na dużą skalowalność.
- Identyfikować na uczelniach pomysły na innowacje o potencjale produktu masowego, obejmować je specjalnym wsparciem od rozwoju po światową promocję.
- Lepiej promować obecne już polskie osiągnięcia, np. polskie jachty.
- Produkcja i szeroka promocja (instytucje krajowe, regionalne, pro-eksportowe) gadżetu z Polski, który szybko podbije media społecznościowe i utożsami go z naszym krajem. Wzorem może być laleczka Labubu, która pomogła wzbudzić światowe zainteresowanie chińską mitologią.
- Odnaleźć i promować polskie symbole, lecz w nowoczesnych aranżacjach i technologicznych zastosowaniach, np. wzory ludowe, Smok Wawelski.

7. PODSUMOWANIE

Spotkanie pokazało, że łatwiej nam przywoływać z pamięci postacie i wynalazki historyczne niż współczesne. To tylko potwierdza, jak ważne jest kompleksowe zarządzanie marką regionu i kraju.