Polski portret generatywny. Press kit: 12 notatek lokalnych

1. CHINY

Z Chin Polska jest krajem Chopina i obozów, a dla chińskich firm krajem magazynu i zakładu

W pytaniach ogólnych o Europę zadanych z Chin Polska pada w 35,7% odpowiedzi; gdy pytanie mówi „Europa Środkowa", w 95,8%. Firmom z Chin modele podsuwają ją na krótkiej liście w każdej z 48 odpowiedzi. Kolej Chiny–Europa, która realnie łączy oba kraje, jest w odpowiedziach skojarzeniem, nie argumentem.

Osoby prywatne. Z Chin padło 58 pytań osób prywatnych (348 odpowiedzi sześciu modeli). 43 z nich wymienia Polskę wprost (studia po angielsku, delegacja i karta pobytu, trasa Warszawa–Kraków–Gdańsk) i w każdej odpowiedzi na nie Polska jest. Pozostałe 15 pytań Polski nie wymienia i tam pada w 67,8% odpowiedzi. W pytaniach o Europę Środkowo-Wschodnią Polska jest w 95,8% odpowiedzi, dokładnie tak często jak Czechy, przed Węgrami (87,5%) i Estonią (70,8%). W pytaniach ogólnych o Europę pada w 35,7%; pierwsze są Niemcy (69,0%), Francja (61,9%) i Holandia (57,1%). Kto pyta z Chin o pracę w IT „w jakimś kraju UE" albo o przyjazny rodzinie kraj do osiedlenia, dostaje Europę Zachodnią; Polskę dostaje wtedy, gdy w pytaniu pada „Europa Środkowa" albo historia.

Wymieniona czy polecona. W pytaniach o region Polska jest wyraźnie polecona w 52,2% odpowiedzi ze wzmianką (23 wzmianki), w pytaniach ogólnych w 46,7% (15 wzmianek, tendencja). Różnica tylko nieznacznie przekracza próg 5 punktów. W Chinach zależność znana z całego badania („w regionie wymieniana, w Europie polecana") nie występuje, a obie liczby są za małe, by ją wykluczyć.

Dokąd odsyłają odpowiedzi. Polskie strony to 25,7% cytowań w odpowiedziach dla osób prywatnych (1 629 cytowań, w tym 55% z wyszukiwania na żywo). Najczęściej cytowana domena to gov.pl (54), ale zaraz za nią są reddit.com (22) i intercity.pl (21), bo chińskie pytania proszą o doświadczenia innych osób z Chin w Polsce i o rozkłady pociągów.

Polska na zapytanie. Zapytane po chińsku o pierwsze skojarzenia z Polską, modele wymieniają Skłodowską-Curie w 10 z 12 odpowiedzi i Kopernika w 7 z 12, częściej niż na innych rynkach, a w 5 z 12 odpowiedzi pada China Railway Express, kolejowy korytarz przez Małaszewicze. W odpowiedziach badania dla chińskich osób prywatnych korytarz pada w 2 z 348. Trzy z 14 potwierdzonych błędów faktograficznych całego badania dotyczą pytań z tego rynku (m.in. „klopsiki z mięsa wieloryba" jako tradycyjna potrawa gdańska).

Firmy. Chińskie firmy zadały 58 pytań, 53 z Polską w treści; w pięciu pytaniach bez Polski pada ona w 56,7% z 30 odpowiedzi (tendencja). Na krótkiej liście (48 odpowiedzi na pytania bez nazwy Polski) Polska jest w 100%, obok Węgier (87,5%), Niemiec i Czech (po 85,4%); Chiny jako własny

kraj nie padają ani razu. Kolej Chiny–Europa pada w 98 z 348 odpowiedzi dla chińskich firm, ale 77 z tych odpowiedzi to odpowiedzi na 13 pytań, które same o nią pytają; w pozostałych 270 odpowiedziach pada w 21. Źródła dla firm to w 21,6% polskie strony (1 435 cytowań, 69% z wyszukiwania): ec.europa.eu (48) przed paih.gov.pl (39) i ekrs.ms.gov.pl (30). Dla chińskiej firmy Polska jest krajem, w którym buduje się magazyn i zakład; kolej trzeba wnieść do pytania samemu.

> **„波兰（最推荐入门）— 为什么值得深度游：克拉科夫老城（UNESCO）、奥斯威辛集中营、华沙重建的历史街区、托伦中世纪老城。”**
>
> „Polska (najbardziej polecana na początek) — dlaczego warto zwiedzić dogłębnie: Stare Miasto w Krakowie (UNESCO), obóz Auschwitz, odbudowane historyczne dzielnice Warszawy, średniowieczne Stare Miasto w Toruniu.”
>
> — Grok, Chiny, pytanie o pierwszą podróż do Europy z ograniczonym budżetem i „atmosferą historii”, poza Europą Zachodnią (Log ID 8a5d5807-27a6-4e1c-81ee-6b7276352826). Pytanie ogólne; Polska obok Węgier i Rumunii.

Czego raport nie mówi. Raport mierzy odpowiedzi modeli zwrócone przez API w datowanym oknie (badanie główne 25 sierpnia – 28 września 2026; pomiary kontrolne do 2 listopada 2026), nie to, co widać w aplikacji konsumenckiej, nie ruch na stronach i nie skuteczność żadnej kampanii; nie układa rankingu rynków ani modeli, a porównań aprobaty między modelami nie podaje w tekście głównym, bo cztery z sześciu modeli miały w badaniu limit długości odpowiedzi (aneks).

2. CZECHY

Z Czech Polska jest celem na weekend, a dla czeskich firm punktem odniesienia

W pytaniach o sąsiadów zadanych z Czech Polska pada w 97,6% odpowiedzi, przed Austrią, Niemcami i Słowacją. Gdy pytanie o wycieczkę z dziećmi nie mówi o wyjeździe, modele odpowiadają Czechami (83,3%), a Polska jest dodatkiem (33,3%). Firmom z Czech modele podsuwają Polskę w 97,9% odpowiedzi krótkiej listy. W trzech czwartych odpowiedzi stawiają obok niej same Czechy.

Osoby prywatne. 45 z 58 czeskich pytań wymienia Polskę wprost i są to pytania kogoś, kto jedzie na weekend, nie na emigrację: parking w Gdańsku, zakupy w Kudowie i Kłodzku, implanty u polskiego dentysty, semestr na polskiej uczelni. W 13 pytaniach bez Polski pada ona w 62,8% odpowiedzi. W pytaniach o sąsiadów jest w 97,6%, przed Austrią (85,7%), Niemcami i Słowacją (po 78,6%). Cztery pytania bez wskazania zagranicy pokazują drugą stronę: modele czytają je dosłownie i odpowiadają Czechami (83,3%), a Polska pada w 33,3%. W pytaniach bez Polski własny kraj pada w 64,1% odpowiedzi. To nie znaczy „zostań w domu", tylko że czeskie pytania o wycieczkę z dziećmi nie proszą o zagranicę.

Wymieniona czy polecona. W pytaniach o sąsiadów Polska jest wyraźnie polecona w 48,8% odpowiedzi ze wzmianką (41 wzmianek); w pozostałych jest jednym z krajów na liście, zwykle obok Słowacji i Austrii.

Dokąd odsyłają odpowiedzi. Polskie strony to 32,1% cytowań w odpowiedziach dla osób prywatnych (1 555 cytowań, 59% z wyszukiwania na żywo). Najczęściej cytowane domeny to gov.pl (58), europa.eu (39) i nfz.gov.pl (19). Narodowy Fundusz Zdrowia pojawia się, bo czeskie pytania o studia i pracę w Polsce pytają o ubezpieczenie.

Polska na zapytanie, czyli góry, które są w pytaniach. W pierwszych skojarzeniach z Polską po czesku padają Kraków (12 z 12), pierogi (10), Bałtyk i Solidarność (po 8) oraz Tatry (7 z 12), te ostatnie prawie czterokrotnie częściej niż średnio na innych rynkach. Ten wątek wchodzi do odpowiedzi praktycznych: Tatry padają w 48 z 348 odpowiedzi dla czeskich osób prywatnych, choć tylko jedno pytanie je wymienia, a Zakopane w 38. Jeden z 14 potwierdzonych błędów faktograficznych badania dotyczy tego rynku: Pustynia Błędowska nazwana „jedyną naturalną pustynią w Europie".

Firmy. Czeska firma nie pyta, czy wejść do Polski, tylko jak: spółka czy dystrybutor, polski dostawca systemu magazynowego, oferty odlewni, hala (Polska czy Słowacja), centrum usług w Krakowie, Wrocławiu albo Katowicach. Tylko 2 z 58 pytań nie wymieniają Polski. Na krótkiej liście (48 odpowiedzi) Polska pada w 97,9%, obok Słowacji (83,3%), Węgier (77,1%) i Rumunii (75,0%), a własny kraj persony w 75,0% (najwięcej ze wszystkich rynków), bo czeska firma porównuje Polskę do tego, co ma za miedzą. Źródła dla firm to w 48,2% polskie strony (1 185 cytowań, 60% z wyszukiwania): paih.gov.pl (47), biznes.gov.pl (32) i ekrs.ms.gov.pl (31).

> **„Polsko – Nejlepší poměr cena/výkon. Polsko je v posledních letech hitem. Je tam levněji než v ČR, služby jsou na vysoké úrovni a lidé jsou velmi milí k dětem."**
>
> „Polska – najlepszy stosunek ceny do jakości. Polska jest w ostatnich latach hitem. Jest tam taniej niż w Czechach, usługi są na wysokim poziomie, a ludzie są bardzo mili dla dzieci."
>
> — Gemini, Czechy, pytanie o krótkie wyjazdy za granicę z dziećmi, „niedaleko i niedrogo", na jeden dzień lub z jednym noclegiem (Log ID 84f59177-5054-4971-bce8-b277ac64cc91). Pytanie o sąsiadów; Polska obok Niemiec, z Kłodzkiem i Jaskinią Niedźwiedzią.

Czego raport nie mówi. Raport mierzy odpowiedzi modeli zwrócone przez API w datowanym oknie (badanie główne 25 sierpnia – 28 września 2026; pomiary kontrolne do 2 listopada 2026), nie to, co widać w aplikacji konsumenckiej, nie ruch na stronach i nie skuteczność żadnej kampanii; nie układa rankingu rynków ani modeli, a porównań aprobaty między modelami nie podaje w tekście głównym, bo cztery z sześciu modeli miały w badaniu limit długości odpowiedzi (aneks).

3. FRANCJA

Z Francji „weekend z historią” to Włochy, a Polska wchodzi wtedy, gdy pada „Europe de l'Est”

W pytaniach o Europę Wschodnią zadanych z Francji Polska pada w 90,5% odpowiedzi, przed Węgrami, Czechami i Rumunią; w pytaniach ogólnych o Europę w 38,1%, za Włochami (64,3%) i Niemcami (61,9%). Francuskie firmy pytają porównaniami i w ich pytaniach bez Polski modele wprowadzają ją w 74,0% odpowiedzi. Maria Skłodowska-Curie, wspólna uczona obu krajów, jest w portrecie, ale do odpowiedzi praktycznej wchodzi tylko przez historię.

Osoby prywatne. 42 z 58 francuskich pytań wymienia Polskę wprost: Erasmus, trzy dni w Krakowie, Tatry. Często są to pytania porównawcze: Polska czy Czechy, Węgry, Chorwacja. W 16 pytaniach bez Polski pada ona w 61,5% odpowiedzi. W pytaniach o Europę Wschodnią jest w 90,5%, czyli o 14 punktów częściej niż Węgry (76,2%). W pytaniach ogólnych pada w 38,1%, o 26 punktów rzadziej niż Włochy. Kto pyta z Francji o „weekend z historią gdzieś w Europie”, dostaje Włochy; Polska pojawia się, gdy pytanie mówi „Europe de l'Est”. Własny kraj pada w 20,8% odpowiedzi bez Polski, głównie w pytaniach o studia i leczenie.

Wymieniona czy polecona. W pytaniach o region Polska jest wyraźnie polecona w 47,4% odpowiedzi ze wzmianką (38 wzmianek), w pytaniach ogólnych w 62,5% (16 wzmianek, tendencja). Kierunek jest ten sam co w całym badaniu (rzadziej wymieniana, częściej polecana), ale przy 16 wzmiankach to tendencja, nie wynik.

Dokąd odsyłają odpowiedzi. Polskie strony to 32,5% cytowań w odpowiedziach dla osób prywatnych (1 588 cytowań, 54% z wyszukiwania na żywo). Po gov.pl (43) najczęściej cytowane są strona Listy Światowego Dziedzictwa UNESCO (26) i Muzeum POLIN (23): francuskie pytania o Polskę są pytaniami o dziedzictwo i pamięć, i takie dostają źródła.

Polska na zapytanie, czyli wspólna uczona. Francja jest jednym z dwóch rynków (obok Chin), na których Skłodowska-Curie jest pierwszym skojarzeniem z Polską (8 z 12 odpowiedzi). W odpowiedziach badania dla francuskich osób prywatnych pada w 9 z 348, wyłącznie w pytaniach o historię, a w odpowiedziach dla firm w żadnej. Programy grantowe jej imienia pojawiają się częściej niż ona sama.

Firmy. 16 z 58 francuskich pytań firm nie wymienia Polski (najwięcej po USA): koszty pracy i pomoc publiczna w regionie, hub logistyczny dla Niemiec, nearshoring w bliskiej strefie czasowej. W tych 96 odpowiedziach Polska pada w 74,0%. Gdy jest w pytaniu, stoi w parze: Polska czy Czechy dla fabryki motoryzacyjnej, Polska czy Rumunia dla nearshoringu. Na krótkiej liście (48 odpowiedzi) Polska jest w 100%, obok Rumunii (89,6%), Czech (83,3%) i Węgier (66,7%); własny kraj w 33,3%. Rumunia pada tu częściej niż na innych rynkach zachodnich, bo francuskie pytania o koszty same ją wywołują. Źródła dla firm to w 28,8% polskie strony (1 129 cytowań, 59% z wyszukiwania): ec.europa.eu (43) przed paih.gov.pl (26) i ekrs.ms.gov.pl (17); w pierwszej trójce nie ma żadnej francuskiej domeny.

> **„Cracovie (Pologne) — Pourquoi y aller : la place du marché médiévale (Rynek Główny) parmi les plus belles d'Europe ; château du Wawel, quartier juif de Kazimierz très vivant ; ville universitaire, énergie jeune et tarifs très accessibles.”**
>
> „Kraków (Polska) — dlaczego warto: średniowieczny Rynek Główny, jeden z najpiękniejszych w Europie; zamek na Wawelu, bardzo żywa żydowska dzielnica Kazimierz; miasto uniwersyteckie, młoda energia i bardzo przystępne ceny.”
>
> — Claude, Francja, pytanie o krótki pobyt w mieście Europy Wschodniej z najlepszym połączeniem kultury, historii i atmosfery (Log ID 403883f8-91b1-4c4c-acf0-035b48af4093). Pytanie o region; Kraków oznaczony w odpowiedzi jako pierwszy wybór.

Czego raport nie mówi. Raport mierzy odpowiedzi modeli zwrócone przez API w datowanym oknie (badanie główne 25 sierpnia – 28 września 2026; pomiary kontrolne do 2 listopada 2026), nie to, co widać w aplikacji konsumenckiej, nie ruch na stronach i nie skuteczność żadnej kampanii; nie układa rankingu rynków ani modeli, a porównań aprobaty między modelami nie podaje w tekście głównym, bo cztery z sześciu modeli miały w badaniu limit długości odpowiedzi (aneks).

4. HISZPANIA

Z Hiszpanii „Europa Środkowa na weekend” to przede wszystkim Praga, a dla hiszpańskich firm Polska jest kandydatem na zakład

Hiszpania jest jedynym z 12 rynków, na którym w pytaniach o region Polska nie jest pierwsza: Czechy padają w 92,4% odpowiedzi, Polska w 81,8%. W pytaniach firm ten wyjątek znika: na krótkiej liście Polska jest w każdej z 48 odpowiedzi, Czechy w trzech czwartych. Lewandowski jest w hiszpańskich skojarzeniach z Polską, ale w pytaniach o weekend nie ma do niego drzwi.

Osoby prywatne. 40 z 58 hiszpańskich pytań wymienia Polskę wprost: podróż poślubna, Erasmus, oferta pracy we Wrocławiu, weekend w Krakowie z lotem z Madrytu. W 18 pytaniach bez Polski pada ona w 67,6% odpowiedzi. W pytaniach o Europę Środkową jest w 81,8%, czyli o 11 punktów rzadziej niż Czechy; Kraków i Wrocław idą za Pragą. W pytaniach ogólnych pada w 36,1%; pierwsze są Holandia (58,3%), Portugalia (55,6%) i sama Hiszpania (50,0%): kto pyta, gdzie zamieszkać taniej niż w Hiszpanii, w co drugiej odpowiedzi dostaje też własny kraj.

Wymieniona czy polecona. W pytaniach o region Polska jest wyraźnie polecona w 50,0% odpowiedzi ze wzmianką (54 wzmianki); w pytaniach ogólnych w 76,9% (13 wzmianek, tendencja). Gdy model sam wybierze Polskę dla osoby szukającej tańszego kraju do życia, zwykle ją poleca, często jako „niespodziankę” Europy Środkowej.

Dokąd odsyłają odpowiedzi. Polskie strony to 25,1% cytowań w odpowiedziach dla osób prywatnych (1 390 cytowań, 53% z wyszukiwania na żywo). Najczęściej cytowaną domeną nie jest polska strona, tylko porównywarka kosztów życia numbeo.com (21) i hiszpańskie MSZ exteriores.gob.es (18): pytania o bezpieczeństwo proszą wprost, „co mówi Exteriores”, i odpowiedź odsyła do źródła własnego państwa.

Polska na zapytanie, czyli piłkarz z Barcelony. W hiszpańskich pierwszych skojarzeniach z Polską obok Warszawy, Auschwitz i Krakowa stoją ludzie: Wałęsa, Jan Paweł II i Lewandowski, każdy w 10 z 12 odpowiedzi; Lewandowski pada tu 3,6 razy częściej niż na innych rynkach, a FC Barcelona w 5 z 12 odpowiedzi nawet na pytanie o znanych Polaków. W odpowiedziach badania Lewandowski pada w 1 z 348; w hiszpańskich pytaniach nie ma pytania o sport, więc to brak okazji, nie luka. Hiszpania jest rynkiem kampanii „Polska. Więcej niż myślisz”; nowe twarze kampanii nie padają w żadnej ze 120 hiszpańskich odpowiedzi portretu (pomiar osiem tygodni po starcie, nie ocenia skuteczności kampanii).

Firmy. Hiszpańskie firmy pytają o Polskę jako o zamiennik Azji i o rynek zbytu: producenci części metalowych zamiast dostawcy azjatyckiego, zakład komponentów (Polska czy Rumunia), oliwa i wino dla polskiego rynku. Tylko 2 z 58 pytań nie wymieniają Polski. Na krótkiej liście (48 odpowiedzi) Polska pada w 100%, Czechy w 75,0%, Niemcy w 70,8%, Rumunia w 66,7%, a sama Hiszpania w 37,5%. Źródła dla firm to w 37,7% polskie strony (1 100 cytowań, 60% z wyszukiwania): paih.gov.pl (43) i gov.pl (41) przed ec.europa.eu (34). Dwa z 14 potwierdzonych błędów faktograficznych badania dotyczą pytań firm z tego rynku: ostrzeżenie przed „kontrolami celnymi wewnątrz UE” i zakład w „Wielkim Księstwie Polskim”.

> **„los países que más sentido tienen como punto de partida son Polonia, Rumanía, Bulgaria, Hungría y, fuera de la UE, Montenegro o Serbia. Los más equilibrados para tu caso suelen ser Polonia y Rumanía, porque combinan precios relativamente bajos, ciudades con vida cultural y opciones donde es más fácil encontrar otros expatriados, incluida comunidad española."**
>
> „krajami, które mają najwięcej sensu jako punkt wyjścia, są Polska, Rumunia, Bułgaria, Węgry, a poza UE Czarnogóra lub Serbia. Najbardziej zrównoważone w Twoim przypadku są zwykle Polska i Rumunia, bo łączą stosunkowo niskie ceny, miasta z życiem kulturalnym i miejsca, gdzie łatwiej spotkać innych ekspatów, w tym hiszpańską wspólnotę."
>
> — Perplexity, Hiszpania, pytanie o kraj europejski na dwa lata, tańszy niż Hiszpania, otwarty na cudzoziemców i z hiszpańską wspólnotą (Log ID 115a457c-8d8a-4c7f-9d6c-c551ced22fb0). Pytanie ogólne; Polska wymieniona bez nazwy Polski w pytaniu.

Czego raport nie mówi. Raport mierzy odpowiedzi modeli zwrócone przez API w datowanym oknie (badanie główne 25 sierpnia – 28 września 2026; pomiary kontrolne do 2 listopada 2026), nie to, co widać w aplikacji konsumenckiej, nie ruch na stronach i nie skuteczność żadnej kampanii; nie układa rankingu rynków ani modeli, a porównań aprobaty między modelami nie podaje w tekście głównym, bo cztery z sześciu modeli miały w badaniu limit długości odpowiedzi (aneks).

5. NIEMCY

Z Niemiec Polska i Czechy idą łeb w łeb, a w co drugiej odpowiedzi stoją obok same Niemcy

W pytaniach o wschodniego sąsiada zadanych z Niemiec Polska pada w 87,5% odpowiedzi, Czechy w 86,1%, a w 50,0% odpowiedzi model podsuwa własny kraj persony jako punkt odniesienia dla cen i jakości. Niemieckim firmom modele same dokładają Polsko-Niemiecką Izbę Przemysłowo-Handlową w 52 z 360 odpowiedzi, choć żadne pytanie o nią nie prosi. Mazury są w niemieckim portrecie Polski, ale otwiera je tylko samo pytanie.

Osoby prywatne. Niemcy to rynek sąsiada, który porównuje: 47 z 60 pytań wymienia Polskę wprost, cztery stawiają obok siebie polskie i niemieckie wybrzeże Bałtyku. Pytania dotyczą pracy w Warszawie, implantów w Szczecinie, domu nad jeziorem na Mazurach, tankowania z Frankfurtu nad Odrą. W 13 pytaniach bez Polski pada ona w 82,1% odpowiedzi. W pytaniach o sąsiadów jest w 87,5%, na równi z Czechami (86,1%), przed Austrią (45,8%); drugim państwem w tych odpowiedziach są same Niemcy (50,0%). Jedno pytanie pokazuje granicę: rodzina szukająca „regionu z jeziorami i górami, niezbyt daleko” dostaje Austrię, Niemcy i Włochy, a Polskę w jednej z sześciu odpowiedzi.

Wymieniona czy polecona. W pytaniach o sąsiadów Polska jest wyraźnie polecona w 52,4% odpowiedzi ze wzmianką (63 wzmianki); w pozostałych jest jednym z krajów obok Czech i Austrii.

Dokąd odsyłają odpowiedzi. Polskie strony to 25,2% cytowań w odpowiedziach dla osób prywatnych (1 800 cytowań, 47% z wyszukiwania na żywo). Najczęściej cytowane domeny to europa.eu (46), gov.pl (44) i Auswärtiges Amt (29): niemieckie pytania o bezpieczeństwo i formalności dostają źródło własnego ministerstwa.

Polska na zapytanie, czyli jeziora, które trzeba nazwać. W pierwszych skojarzeniach z Polską po niemiecku padają dwie nazwy, których nie ma na żadnym innym rynku: Mazury (4 z 12) i Odra (4 z 12). W odpowiedziach badania Mazury padają w 34 z 360, ale 24 z nich odpowiada na cztery pytania, które same je wymieniają; w pytaniach bez Polski padają w jednej z 78. Kto sam napisze „Masuren”, dostaje plan wakacji nad jeziorem; kto pyta o jeziora niedaleko, Mazur nie dostaje. Niemcy są rynkiem kampanii „Polska. Więcej niż myślisz”; nowe twarze kampanii nie pojawiają się w żadnej ze 120 odpowiedzi portretu na tym rynku (pomiar osiem tygodni po starcie, nie ocenia skuteczności kampanii).

Firmy. Niemiecka firma pyta z pozycji kogoś, kto już ma polskich dostawców i chce ich porównać: dwie oferty na hydraulikę, trzy audyty dostawców części precyzyjnych, zakład na Śląsku z listą kosztów ukrytych. W pięciu pytaniach bez Polski pada ona w 70,0% z 30 odpowiedzi (tendencja). Na krótkiej liście (48 odpowiedzi) Polska jest w 100%, Czechy w 95,8%, Węgry w 87,5%, a same Niemcy w 72,9%. Źródła dla firm to w 35,0% polskie strony (1 329 cytowań, 63% z wyszukiwania): ec.europa.eu i paih.gov.pl (po 47) oraz ahk.pl (23). Niemcy to jedyny rynek, na którym do trzech najczęściej cytowanych domen wchodzi izba dwustronna: Polsko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa pada w co siódmej odpowiedzi dla niemieckich firm (52 z 360), a jej strona ahk.pl jest cytowana w 23, choć żadne pytanie o izbę nie prosi.

> **„Polen – Der Spitzenreiter bei Infrastruktur und Internationalität. Polen hat sich zu einem der beliebtesten Ziele für deutsche Studierende in Osteuropa entwickelt. Die Universitäten sind modern und stark internationalisiert."**
>
> „Polska – lider w infrastrukturze i umiędzynarodowieniu. Polska stała się jednym z najpopularniejszych celów dla niemieckich studentów w Europie Wschodniej. Uczelnie są nowoczesne i silnie umiędzynarodowione."
>
> — Gemini, Niemcy, pytanie rodzica o semestr zagraniczny córki w Europie Wschodniej (jakość studiów i uznawalność w Niemczech) (Log ID 2fb8f899-6671-4c28-a901-9c820057845e). Pytanie o region; Polska wymieniona z nazwy.

Czego raport nie mówi. Raport mierzy odpowiedzi modeli zwrócone przez API w datowanym oknie (badanie główne 25 sierpnia – 28 września 2026; pomiary kontrolne do 2 listopada 2026), nie to, co widać w aplikacji konsumenckiej, nie ruch na stronach i nie skuteczność żadnej kampanii; nie układa rankingu rynków ani modeli, a porównań aprobaty między modelami nie podaje w tekście głównym, bo cztery z sześciu modeli miały w badaniu limit długości odpowiedzi (aneks).

6. NORWEGIA

Z Norwegii Polska to Kraków na weekend z bezpośrednim lotem z Oslo, a dla firm kraj portów i stoczni

W pytaniach ogólnych o Europę zadanych z Norwegii Polska pada w 45,2% odpowiedzi, na równi z Niemcami i Hiszpanią, a gdy już pada, jest wyraźnie polecona w 84,2% (19 wzmianek, tendencja). Norwegia jest jedynym z dwunastu rynków, na którym oficjalny portal turystyczny Polski jest wśród trzech najczęściej cytowanych domen. Norweskim firmom modele same podsuwają Gdańsk, Gdynię lub Szczecin w 33 z 48 odpowiedzi krótkiej listy, choć żadne pytanie nie pyta o porty.

Osoby prywatne. Pytania z Norwegii o Polskę najczęściej dotyczą wyboru miasta: osiem z 44 pytań z Polską to „Gdańsk, Kraków czy Warszawa" na trzy–cztery dni, pięć pyta o góry, parki i wybrzeże na tydzień. W 14 pytaniach bez Polski pada ona w 70,2% odpowiedzi. W pytaniach o Europę Wschodnią jest w 94,4%, czyli o 8 punktów częściej niż Czechy i Węgry (po 86,1%). W pytaniach ogólnych pada w 45,2%, na równi z Niemcami i Hiszpanią (po 42,9%). W co piątej odpowiedzi ogólnej (21,4%) nie pada żadne państwo: dwa pytania o pozwolenie na pobyt „w innym kraju europejskim" dostają opis procedur zamiast listy krajów. Własny kraj pada rzadko (2,4%).

Wymieniona czy polecona. W pytaniach o region Polska jest wyraźnie polecona w 55,9% odpowiedzi ze wzmianką (34 wzmianki), w pytaniach ogólnych w 84,2% (19 wzmianek, tendencja), zwykle jako Kraków na weekend z bezpośrednim lotem z Oslo. Kierunek jest ten sam co w całym badaniu: rzadziej wymieniana, częściej polecana.

Dokąd odsyłają odpowiedzi. Polskie strony to 36,2% cytowań w odpowiedziach dla osób prywatnych (1 596 cytowań, 52% z wyszukiwania na żywo). Po gov.pl (31) najczęściej cytowane są poland.travel (24), portal turystyczny Polski, i regjeringen.no (23), źródło własnego rządu. Dwa z 14 potwierdzonych błędów faktograficznych badania dotyczą pytań z tego rynku; jeden, w odpowiedzi dla firmy, umieścił Polskę poza strefą Schengen.

Polska na zapytanie. Norweski portret Polski to kanon bez wątku własnego: Kraków, Solidarność i Warszawa (po 9 z 12), Auschwitz-Birkenau (8), Gdańsk i Wałęsa (po 6). Żadna nazwa nie pada tu wyraźnie częściej niż na innych rynkach.

Firmy. Norweskie pytania firm mają wątek, którego nie ma nigdzie indziej: morze. Łańcuch dostaw dla morskiej energetyki wiatrowej na Bałtyku i polskie porty, partnerzy do wodoru i wychwytu CO_2, eksport łososia na polski rynek. Tylko 2 z 58 pytań nie wymieniają Polski. Na krótkiej liście (48 odpowiedzi) Polska pada w 97,9%, przed Rumunią (85,4%), Czechami (66,7%) i Węgrami (56,3%); własny kraj w 25,0%. Estonia i Litwa wchodzą tu do piątki jako jedyne państwa bałtyckie w całej części II. Źródła dla firm to w 38,4% polskie strony (1 253 cytowania, 61% z wyszukiwania): paih.gov.pl (44), gov.pl (36), ec.europa.eu (33).

> **„Krakow, Polen. Hvorfor: Direktefly fra Oslo (Wizz Air, Ryanair) tilhører de rimeligste rutene fra Norge – ca. 2 t 20 min. Krakow er vakker, billig og har et rikt kulturliv."**
>
> „Kraków, Polska. Dlaczego: bezpośrednie loty z Oslo (Wizz Air, Ryanair) należą do najtańszych tras z Norwegii – ok. 2 godz. 20 min. Kraków jest piękny, tani i ma bogate życie kulturalne."
>
> — DeepSeek, Norwegia, pytanie o europejskie miasta na krótki, niedrogi weekend z Norwegii (Log ID efdcd363-f838-4355-9e1a-5998e9aa33e2). Pytanie ogólne; Kraków obok Kopenhagi i Rygi.

Czego raport nie mówi. Raport mierzy odpowiedzi modeli zwrócone przez API w datowanym oknie (badanie główne 25 sierpnia – 28 września 2026; pomiary kontrolne do 2 listopada 2026), nie to, co widać w aplikacji konsumenckiej, nie ruch na stronach i nie skuteczność żadnej kampanii; nie układa rankingu rynków ani modeli, a porównań aprobaty między modelami nie podaje w tekście głównym, bo cztery z sześciu modeli miały w badaniu limit długości odpowiedzi (aneks).

7. SŁOWACJA

Ze Słowacji nikt nie pyta o Europę, tylko o bliską zagranicę, i tam Polska pada najczęściej

Wszystkie 14 słowackich pytań bez nazwy Polski dotyczy sąsiadów, krajów V4 albo „blízkeho zahraničia". Polska pada w 88,1% odpowiedzi na nie, przed Węgrami, Czechami i Austrią. W sześciu pytaniach słowackie firmy chcą wiedzieć, gdzie sprawdzić wypłacalność polskiego partnera, i dostają Krajowy Rejestr Sądowy i Krajowy Rejestr Długów. Wspólne Tatry wchodzą do odpowiedzi praktycznych szeroko; wspólne piwo nie wchodzi wcale.

Osoby prywatne. 44 z 58 słowackich pytań wymienia Polskę wprost: zakupy z Orawy w Nowym Targu i Żywcu, weekend w Krakowie (cztery pytania), Tatry (pięć), studia IT i medycyny w porównaniu z Czechami i Austrią (sześć), termy przy granicy. W 14 pytaniach bez Polski (wszystkie o sąsiadów) pada ona w 88,1% odpowiedzi, o 5 punktów częściej niż Węgry (83,3%) i o 7 niż Czechy (81,0%), przed Austrią (69,0%). Własny kraj pada w 16,7% odpowiedzi. Pytań ogólnych o Europę na tym rynku nie ma, więc portret Słowacji kończy się na regionie.

Wymieniona czy polecona. W pytaniach o sąsiadów Polska jest wyraźnie polecona w 50,0% odpowiedzi ze wzmianką (74 wzmianki); w pozostałych jest jednym z krajów na liście, obok Czech i Węgier.

Dokąd odsyłają odpowiedzi. Polskie strony to 40,7% cytowań w odpowiedziach dla osób prywatnych (1 715 cytowań, 46% z wyszukiwania na żywo). Najczęściej cytowane domeny to gov.pl (27), study.gov.pl (22) i muzeumkrakowa.pl (17). Portal o studiach w Polsce i muzeum krakowskie odpowiadają na dwa najczęstsze słowackie tematy.

Polska na zapytanie, czyli góry wchodzą, piwo nie. W pierwszych skojarzeniach z Polską po słowacku Kraków i Tatry padają w każdej z 12 odpowiedzi, Zakopane w 7 z 12, a w 4 z 12 dwie marki piwa, Żywiec i Tyskie, których nie ma w skojarzeniach żadnego innego rynku. Tatry padają w 86 z 348 odpowiedzi dla słowackich osób prywatnych, Zakopane w 84 z 348 (tylko jedno pytanie je wymienia). Piwo nie wchodzi wcale: Żywiec pada w 9 z 348 odpowiedzi, za każdym razem jako miasto na zakupy; Tyskie w jednej, jako muzeum browaru. Wspólne góry mają drzwi (miejsce do zobaczenia), a wspólne piwo ich nie ma.

Firmy. Słowacka firma pyta o południową Polskę: wejście do województwa śląskiego, zakład maszynowy na południu, magazyn pod Krakowem, strefa przemysłowa pod Katowicami jako pierwszy rynek eksportowy rodzinnej firmy. Tylko 2 z 58 pytań nie wymieniają Polski. Na krótkiej liście (48 odpowiedzi) Polska pada w 97,9%, Czechy w 93,8%, Węgry w 79,2%, Rumunia w 70,8%, a sama Słowacja w 60,4%. Źródła dla firm są w 50,3% polskie (1 681 cytowań, 59% z wyszukiwania). To najwyższy udział w całym badaniu, a Słowacja jest jedynym rynkiem, na którym do trzech najczęstszych domen wchodzi Krajowy Rejestr Długów: ekrs.ms.gov.pl (48), paih.gov.pl (35), krd.pl (31). Kto pyta o wypłacalność kontrahenta, dostaje KRS i KRD.

> **„Najvýhodnejšia destinácia z východného Slovenska je momentálne Poľsko. Prečo práve Poľsko – Ceny potravín: Poľsko má dlhodobo nižšie ceny základných potravín (mäso, mliečne výrobky, vajcia, oleje, alkohol) ako Slovensko."**
>
> „Najkorzystniejszym celem ze wschodniej Słowacji jest obecnie Polska. Dlaczego właśnie Polska – ceny żywności: Polska ma od dawna niższe ceny podstawowych produktów (mięso, nabiał, jajka, oleje, alkohol) niż Słowacja."
>
> — Grok, Słowacja, pytanie o najkorzystniejsze cele jednodniowych wyjazdów na zakupy ze wschodniej Słowacji (Log ID 57e93302-5ecc-464e-bdb2-0ca69c0099c7). Pytanie o sąsiadów; Polska jako pierwszy i główny wybór.

Czego raport nie mówi. Raport mierzy odpowiedzi modeli zwrócone przez API w datowanym oknie (badanie główne 25 sierpnia – 28 września 2026; pomiary kontrolne do 2 listopada 2026), nie to, co widać w aplikacji konsumenckiej, nie ruch na stronach i nie skuteczność żadnej kampanii; nie układa rankingu rynków ani modeli, a porównań aprobaty między modelami nie podaje w tekście głównym, bo cztery z sześciu modeli miały w badaniu limit długości odpowiedzi (aneks).

8. SZWECJA

Ze Szwecji Gdańsk wchodzi do odpowiedzi szeroko, a prom z Ystad jest argumentem dla firm, nie dla osób

Gdy pytanie ze Szwecji nie mówi o wyjeździe, modele odpowiadają Szwecją (41,7%) i Norwegią (39,6%), a Polska pada w 4 z 48 takich odpowiedzi. Gdy pytanie dotyczy Europy ogólnie, Polska jest w 60,0% odpowiedzi, na równi z Niemcami. Prom przez Bałtyk, który w odpowiedziach dla osób prywatnych prawie nie istnieje, szwedzkim firmom modele dokładają same w 87 z 348 odpowiedzi.

Osoby prywatne. 40 z 58 szwedzkich pytań wymienia Polskę wprost: semestr w Krakowie (sześć pytań), „Kraków, Gdańsk czy Warszawa" na weekend (pięć), muzea II wojny światowej i dziedzictwo żydowskie (pięć), parki narodowe, wybrzeże albo Mazury na tydzień (sześć). Wśród 18 pytań bez Polski jest osiem bez wskazania zagranicy, więcej niż na którymkolwiek innym rynku: „region, który jest sercem kraju", „wieś przodków, której nie ma na mapach". W pytaniach bez Polski pada ona w 48,1% odpowiedzi; w pytaniach bez wskazania zagranicy w 8,3% (4 z 48), w pytaniach ogólnych w 60,0%, przed Danią i Holandią (po 50,0%), a w pytaniach tematycznych o muzea wojny i leczenie zębów w każdej odpowiedzi.

Wymieniona czy polecona. W pytaniach ogólnych Polska jest wyraźnie polecona w 55,6% odpowiedzi ze wzmianką (18 wzmianek, tendencja), w pytaniach o region w 75,0% (12 wzmianek, tendencja). Obie liczby stoją na dolnej granicy, przy której raport o aprobacie pisze, więc kierunku nie interpretuje.

Dokąd odsyłają odpowiedzi. Polskie strony to 36,4% cytowań w odpowiedziach dla osób prywatnych (1 703 cytowania, 48% z wyszukiwania na żywo). Najczęściej cytowaną domeną nie jest polska strona, tylko porównywarka kosztów życia numbeo.com (28), przed gov.pl (27) i auschwitz.org (20): szwedzkie pytania o koszty studiów i o miejsca pamięci dostają źródła, o które proszą.

Polska na zapytanie, czyli prom, którym nikt nie płynie. Solidarność pada w każdej z 12 szwedzkich odpowiedzi o pierwsze skojarzenia; dwie nazwy padają tu częściej niż gdzie indziej: Gdańsk (7 z 12) i Ystad (4 z 12), port promu do Świnoujścia. Gdańsk wchodzi do odpowiedzi praktycznych szeroko: 129 z 348 odpowiedzi, z czego tylko 30 na pięć pytań, które go wymieniają. Prom nie: Ystad pada w 3 z 348 odpowiedzi, prom w ogóle w 15 z 348.

Firmy. Szwedzkie pytania firm to trzy decyzje w wielu wariantach: obsługa klienta przeniesiona do Polski, spółka handlowa (Warszawa czy Kraków), magazyn energii i regiony z zieloną energią; dalej produkcja z Chin do Polski i hub logistyczny dla Skandynawii. Tylko 2 z 58 pytań nie wymieniają Polski. Na krótkiej liście (48 odpowiedzi) Polska pada w 95,8%, Czechy w 77,1%, Rumunia w 62,5%, Niemcy w 54,2%; własny kraj w 31,3%. Prom pada w 87 z 348 odpowiedzi dla firm, Ystad w 23, choć żadne pytanie o nie nie prosi: ta sama droga przez Bałtyk, która dla osób nie jest argumentem, dla logistyki nim jest. Źródła dla firm to w 36,0% polskie strony (977 cytowań, 65% z wyszukiwania): ec.europa.eu i paih.gov.pl (po 44), gov.pl (23).

> **„Polen är förmodligen det bästa valet för en skandinav – relativt nära, EU-land, säkert, rikt på upplevelser och betydligt billigare än Sverige/Norge/Danmark.”**
>
> „Polska jest prawdopodobnie najlepszym wyborem dla Skandynawa – stosunkowo blisko, kraj UE, bezpieczna, bogata w przeżycia i znacznie tańsza niż Szwecja, Norwegia czy Dania.”
>
> — Claude, Szwecja, pytanie o miasta „w kraju na wschodzie, który daje dużo za pieniądze” na weekend (Log ID 573a7000-102c-4e38-989d-4dcf96a9293f). Pytanie ogólne; Polska jedynym krajem w odpowiedzi.

Czego raport nie mówi. Raport mierzy odpowiedzi modeli zwrócone przez API w datowanym oknie (badanie główne 25 sierpnia – 28 września 2026; pomiary kontrolne do 2 listopada 2026), nie to, co widać w aplikacji konsumenckiej, nie ruch na stronach i nie skuteczność żadnej kampanii; nie układa rankingu rynków ani modeli, a porównań aprobaty między modelami nie podaje w tekście głównym, bo cztery z sześciu modeli miały w badaniu limit długości odpowiedzi (aneks).

9. UKRAINA

Z Ukrainy Polska jest domyślnym kierunkiem w Europie nawet wtedy, gdy pytanie mówi tylko „kraj UE”

W pytaniach ogólnych o Europę zadanych z Ukrainy Polska pada w 77,8% odpowiedzi, na równi z Niemcami (79,6%). Na żadnym innym rynku pytanie ogólne nie daje Polsce takiej obecności. Ukraińskim firmom modele podsuwają Polskę na krótkiej liście w każdej z 48 odpowiedzi, a Ukrainę jako własny kraj w 2,1%. Odpowiedzi częściej opisują warunki pobytu i pracy, niż zachęcają.

Osoby prywatne. W pytaniach z Ukrainy Polska nie jest zagranicą do odkrycia, tylko krajem, w którym persona już jest albo ma bliskich. 40 z 56 pytań wymienia Polskę wprost i prawie żadne nie pyta o wakacje: legalizacja pobytu i PESEL UKR (sześć pytań), praca (sześć), szkoła dla dzieci i uznanie dyplomów (osiem), przejścia graniczne (sześć). W 16 pytaniach bez Polski pada ona w 83,3% odpowiedzi. W pytaniach o sąsiadów jest w 88,9%, na równi z Rumunią (86,1%), przed Słowacją (80,6%) i Węgrami (72,2%); w pytaniach ogólnych w 77,8%, na równi z Niemcami (79,6%), przed Czechami (66,7%) i Holandią (44,4%). Własny kraj pada rzadko (7,3%).

Wymieniona czy polecona. W pytaniach o sąsiadów Polska jest wyraźnie polecona w 37,5% odpowiedzi ze wzmianką (32 wzmianki), w pytaniach ogólnych w 57,1% (42 wzmianki). Kierunek jest ten sam co w całym badaniu, ale poziom niższy niż na większości rynków z jednego powodu: odpowiedzi na pytania z Ukrainy częściej opisują warunki pobytu i pracy, niż zachęcają.

Dokąd odsyłają odpowiedzi. Polskie strony to 39,4% cytowań w odpowiedziach dla osób prywatnych (1 481 cytowań, 54% z wyszukiwania na żywo). Najczęściej cytowane domeny to gov.pl (66), strona ukraińskiej straży granicznej dpsu.gov.ua (27) i strona Komisji Europejskiej o ochronie czasowej (22): pytania o granicę i status dostają źródło własnego państwa i Unii.

Polska na zapytanie, czyli kanon skrócony do dwóch miast. Pierwsze skojarzenia z Polską po ukraińsku są krótsze niż gdzie indziej: Warszawa (11 z 12) i Kraków (8 z 12); żadne inne skojarzenie nie przekracza 3 z 12. Ukraiński portret Polski nie ma wątku własnego.

Firmy. Ukraińska firma pyta o Polskę jako o bramę do Unii i o zaplecze: magazyn zboża w Lublinie albo Rzeszowie przed dostawą do Niemiec, certyfikacja CE przez polską spółkę, przeniesienie części spawania do Polski, polski partner do przetargów na odbudowę Ukrainy, biuro IT we Wrocławiu dla klientów z Niemiec. Tylko 1 z 57 pytań nie wymienia Polski. Na krótkiej liście (48 odpowiedzi) Polska pada w 100%, przed Rumunią (83,3%), Czechami (62,5%) i Niemcami (60,4%); Ukraina jako własny kraj w 2,1%, bo pytanie z Ukrainy o zakład czy magazyn jest od razu pytaniem o zagranicę. Źródła dla firm to w 46,4% polskie strony (1 411 cytowań, 56% z wyszukiwania): ekrs.ms.gov.pl (49), ec.europa.eu (38), paih.gov.pl (36). Ukraińskie pytania o partnera do przetargu i o dostawcę stali proszą o weryfikację i ją dostają.

> **„Найкращий баланс для сім'ї зазвичай дають Польща, Чехія та Литва […]. Польща — одна з найзручніших для старту: тут велика українська громада, відносна близькість до України, схожа мова й простіша адаптація […].”**
>
> „Najlepszą równowagę dla rodziny dają zwykle Polska, Czechy i Litwa […]. Polska to jedna z najwygodniejszych na start: duża ukraińska społeczność, względna bliskość Ukrainy, podobny język i prostsza adaptacja […].”
>
> — Perplexity, Ukraina, pytanie o przeprowadzkę z rodziną do kraju UE, gdzie Ukraińcy są przyjmowani życzliwie, łatwo o pracę i niedrogo (Log ID 9c678cee-e1ae-4fac-9f5b-85b3a18d8426). Pytanie ogólne; Polska wymieniona z nazwy.

Czego raport nie mówi. Raport mierzy odpowiedzi modeli zwrócone przez API w datowanym oknie (badanie główne 25 sierpnia – 28 września 2026; pomiary kontrolne do 2 listopada 2026), nie to, co widać w aplikacji konsumenckiej, nie ruch na stronach i nie skuteczność żadnej kampanii; nie układa rankingu rynków ani modeli, a porównań aprobaty między modelami nie podaje w tekście głównym, bo cztery z sześciu modeli miały w badaniu limit długości odpowiedzi (aneks).

10. USA

Z USA Polska pada w pytaniach o region prawie zawsze, a polecona jest w co trzeciej odpowiedzi

Kto pyta z USA o Europę Środkową, dostaje Polskę w 98,3% odpowiedzi, dokładnie tak często jak Czechy, i średnio niemal siedem innych państw obok. Wyraźnie polecona jest w nich w 32,2% odpowiedzi ze wzmianką. Zwykle jest jednym z krajów na liście, obok Pragi i Budapesztu. Amerykańskie firmy zadały najwięcej pytań bez nazwy Polski w całym badaniu (18) i w nich Polska pada w 69,4% odpowiedzi.

Osoby prywatne. 48 z 60 amerykańskich pytań wymienia Polskę wprost, a jedenaście z nich to pytania o korzenie: wieś pradziadków, archiwa, obywatelstwo po babci, żeby mieć paszport Unii. Dalej Polska jako tańsza alternatywa dla Europy Zachodniej (osiem pytań) i koszty życia przy przeprowadzce (dziewięć). W 12 pytaniach bez Polski pada ona w 95,8% odpowiedzi; w pytaniach o Europę Środkową w 98,3%, na równi z Czechami, przed Węgrami (96,7%) i Austrią (90,0%). Własny kraj nie pada prawie wcale (2,8%).

Wymieniona czy polecona. Ta sama Polska, która w pytaniach o region pada prawie zawsze, jest w nich wyraźnie polecona w 32,2% odpowiedzi ze wzmianką (59 wzmianek). To ten sam obraz, co na rynku brytyjskim: w regionie Polska jest wymieniana, nie polecana.

Dokąd odsyłają odpowiedzi. Polskie strony to 31,3% cytowań w odpowiedziach dla osób prywatnych (1 442 cytowania, 53% z wyszukiwania na żywo). Najczęściej cytowane domeny to gov.pl (46), porównywarka kosztów życia numbeo.com (28) i travel.state.gov (26): amerykańskie pytania o bezpieczeństwo proszą o komunikaty Departamentu Stanu i je dostają. Trzy z 14 potwierdzonych błędów faktograficznych badania dotyczą pytań z tego rynku, m.in. Kraków nazwany „jedną z najtańszych stolic Europy".

Polska na zapytanie, czyli kiełbasa i Chicago. Pierwsze skojarzenia z Polską w kontekście amerykańskim zaczynają się od kuchni: pierogi (11 z 12) przed Auschwitz, Janem Pawłem II i Solidarnością (po 10), dalej kiełbasa (9 z 12) i Chicago (5 z 12), którego nie ma w skojarzeniach żadnego innego rynku. W odpowiedziach badania kiełbasa pada w 2 z 360, Chicago w 50 z 360, ale jako lotnisko wylotu i siedziba konsulatu; jako polskie miasto tylko w jednej. Amerykańskie drzwi do Polski to jedenaście pytań o korzenie; wchodzą przez nie archiwa i konsulaty, nie Chicago. USA są rynkiem kampanii „Polska. Więcej niż myślisz"; nowe twarze kampanii nie pojawiają się w żadnej ze 120 odpowiedzi portretu na tym rynku (pomiar osiem tygodni po starcie, nie ocenia skuteczności kampanii).

Firmy. Amerykańskie pytania firm są pytaniami przed decyzją zarządu: „jedno twarde uzasadnienie dla rady", „ostateczne go/no-go". 18 z 60 pytań Polski nie wymienia (najwięcej w badaniu) i w ich 108 odpowiedziach Polska pada w 69,4%. Na krótkiej liście (48 odpowiedzi) jest w 100%, obok Czech (87,5%), Niemiec (85,4%) i Rumunii (66,7%); USA jako własny kraj w 2,1%. Źródła dla firm to w 26,5% polskie strony (1 338 cytowań, 66% z wyszukiwania): ec.europa.eu (44), paih.gov.pl (29) i linkedin.com (21). Amerykańskie pytania o talent dostają źródło o ludziach, nie o kraju.

> **„Some Central European countries—especially Poland, Czechia outside Prague's core, Hungary, Slovakia, Slovenia, and parts of Croatia or Romania—can offer better value for a long trip because the main savings occur after you land."**
>
> „Niektóre kraje Europy Środkowej — zwłaszcza Polska, Czechy poza ścisłym centrum Pragi, Węgry, Słowacja, Słowenia i części Chorwacji lub Rumunii — mogą dać lepszą wartość przy długiej podróży, bo główne oszczędności zaczynają się po wylądowaniu."
>
> — ChatGPT, USA, pytanie o to, co czyni kraje Europy Środkowej lepszą ofertą na długie wakacje przy locie z USA (Log ID 6e3e89f0-3ac8-4dd2-854b-a883fa66658d). Pytanie o region; Polska wymieniona z nazwy.

Czego raport nie mówi. Raport mierzy odpowiedzi modeli zwrócone przez API w datowanym oknie (badanie główne 25 sierpnia – 28 września 2026; pomiary kontrolne do 2 listopada 2026), nie to, co widać w aplikacji konsumenckiej, nie ruch na stronach i nie skuteczność żadnej kampanii; nie układa rankingu rynków ani modeli, a porównań aprobaty między modelami nie podaje w tekście głównym, bo cztery z sześciu modeli miały w badaniu limit długości odpowiedzi (aneks).

11. WIELKA BRYTANIA

Na pytania z Wielkiej Brytanii odpowiedzi odsyłają do gov.uk częściej niż do gov.pl

Kto pyta z Wielkiej Brytanii o Europę Środkową, dostaje Polskę w 97,6% odpowiedzi; kto pyta o tanią Europę bez wskazania regionu, dostaje Portugalię (70,8%), a Polskę w niecałej co trzeciej odpowiedzi (29,2%). W odpowiedziach dla osób prywatnych najczęściej cytowaną domeną jest gov.uk (74 cytowania), przed gov.pl (46). Bitwa o Anglię jest w brytyjskim portrecie Polski, ale w żadnej z 714 odpowiedzi praktycznych.

Osoby prywatne. 43 z 60 brytyjskich pytań wymienia Polskę wprost (studia, weekend w Gdańsku albo Wrocławiu, leczenie zębów w Krakowie), a kilka dotyczy Polski w samej Wielkiej Brytanii. Pozostałe 17 to pytania kogoś, kto dopiero szuka kierunku; Polska pada w nich w 59,8% odpowiedzi. Dwie ligi w czystej postaci: w pytaniach o Europę Środkową Polska jest w 97,6% odpowiedzi, o 19 punktów częściej niż Czechy (78,6%); w pytaniach ogólnych w 29,2%, za Portugalią (70,8%), Hiszpanią (45,8%) i Niemcami (43,8%). Na rynku brytyjskim „tania Europa" to południe, a Polska jest odpowiedzią dopiero wtedy, gdy w pytaniu pada „Europa Środkowa".

Wymieniona czy polecona. W pytaniach o region Polska jest wyraźnie polecona tylko w 29,3% odpowiedzi ze wzmianką (41 wzmianek), zwykle jako jeden z krajów na liście. W pytaniach ogólnych odwrotnie: pada rzadko, ale gdy model sam ją wybierze, poleca ją w 85,7% odpowiedzi (14 wzmianek, tendencja). To najmocniejszy w badaniu przykład zależności „w regionie wymieniana, w Europie polecana".

Dokąd odsyłają odpowiedzi. Polskie źródła to 26,5% cytowań w odpowiedziach dla osób prywatnych (1 374 cytowania, 54% z wyszukiwania na żywo). Najczęściej cytowane domeny to gov.uk (74), gov.pl (46) i porównywarka kosztów życia numbeo.com (33): odpowiedzi odsyłają przede wszystkim do źródeł własnego państwa persony. Jeden z 14 potwierdzonych błędów faktograficznych badania dotyczy tego rynku: odpowiedź podała, że Polska nie pozwala naturalizowanym obywatelom na podwójne obywatelstwo.

Polska na zapytanie, czyli wspólna wojna, której nie ma w odpowiedziach. W pierwszych skojarzeniach z Polską pojawia się wątek, którego nie ma na żadnym innym rynku: Bitwa o Anglię i polscy piloci (5 z 12 odpowiedzi). W odpowiedziach praktycznych badania ten wątek nie pada w żadnej z 714 odpowiedzi na pytania brytyjskich osób prywatnych i firm, choć 17 brytyjskich pytań dotyczy historii i kultury Polski. Wielka Brytania jest rynkiem kampanii „Polska. Więcej niż myślisz"; nowe twarze kampanii nie pojawiają się w żadnej odpowiedzi portretu, a Bitwa o Anglię, której kampania nie wykorzystuje, pada częściej niż którakolwiek z nich (pomiar osiem tygodni po starcie, nie ocenia skuteczności kampanii).

Firmy. Brytyjska firma pyta o Polskę po brexicie: zakład w Unii, żeby uniknąć tarć celnych, polscy dostawcy części precyzyjnych, hub dystrybucyjny (Polska czy Węgry). Tylko 2 z 59 pytań nie wymieniają Polski. Na krótkiej liście (48 odpowiedzi) Polska pada w 95,8%, Czechy w 70,8%, Rumunia w 60,4%, Niemcy w 54,2%; własny kraj w 14,6%. Źródła dla firm to w 29,0% polskie strony (1 260 cytowań, 64% z wyszukiwania): ec.europa.eu (41), gov.uk (35) i paih.gov.pl (27). Gov.uk pada przed PAIH, bo brytyjski rząd ma strony o eksporcie do każdego kraju Unii. Dla firm to strona o handlu z Polską, nie o bezpieczeństwie podróży.

> **„Portugal consistently ranks at the top of Expat Insider surveys for "ease of settling in" and friendliness.”**
>
> „Portugalia stale zajmuje czołowe miejsca w badaniach Expat Insider pod względem »łatwości zadomowienia się« i życzliwości.”
>
> — Gemini, Wielka Brytania, pytanie o przeprowadzkę z małymi dziećmi „gdzieś w Europie” na kilka lat (Log ID 1fab2b6e-52f5-40b8-b8a1-7cd58cbec02b). Pytanie ogólne; w odpowiedzi nie ma Polski.

Czego raport nie mówi. Raport mierzy odpowiedzi modeli zwrócone przez API w datowanym oknie (badanie główne 25 sierpnia – 28 września 2026; pomiary kontrolne do 2 listopada 2026), nie to, co widać w aplikacji konsumenckiej, nie ruch na stronach i nie skuteczność żadnej kampanii; nie układa rankingu rynków ani modeli, a porównań aprobaty między modelami nie podaje w tekście głównym, bo cztery z sześciu modeli miały w badaniu limit długości odpowiedzi (aneks).

12. WŁOCHY

Z Włoch pytania o Polskę są pytaniami o cenę, a odpowiedzi odsyłają do cennika

50 z 58 włoskich pytań osób prywatnych wymienia Polskę wprost, więcej niż na którymkolwiek innym rynku badania. W pytaniach o Europę Środkową i Wschodnią Polska pada w 97,2% odpowiedzi, o 11 punktów częściej niż Czechy i Węgry. Najczęściej cytowaną domeną nie jest polska strona, tylko porównywarka kosztów życia numbeo.com. Włoskie firmy pytają kosztami i w ich pytaniach bez Polski modele wprowadzają ją w 68,2% odpowiedzi.

Osoby prywatne. Z Włoch padają pytania o Erasmus syna, córki, siostry, brata (dziesięć pytań), o Kraków, Gdańsk i Warszawę na city break (osiem), o to, ile naprawdę kosztuje tydzień albo weekend (sześć), o pracę w IT (sześć). Tylko 8 pytań Polski nie wymienia i pada ona w nich w 89,6% odpowiedzi. W pytaniach o region jest w 97,2%, przed Czechami i Węgrami (po 86,1%) i Rumunią (55,6%). To jedna z większych przewag regionalnych w badaniu, ale przy sześciu pytaniach. W pytaniu o leczenie zębów za granicą pada w czterech z sześciu odpowiedzi. Własny kraj pada w 8,3% odpowiedzi.

Wymieniona czy polecona. W pytaniach o region Polska jest wyraźnie polecona w 57,1% odpowiedzi ze wzmianką (35 wzmianek), zwykle jako Kraków na weekend, tańszy niż Praga.

Dokąd odsyłają odpowiedzi. Polskie strony to 36,1% cytowań w odpowiedziach dla osób prywatnych (1 518 cytowań, 59% z wyszukiwania na żywo). Najczęściej cytowane domeny to numbeo.com (32), gov.pl (22) i ec.europa.eu (19): włoskie pytania pytają o ceny i dostają cennik. Dwa z 14 potwierdzonych błędów faktograficznych badania dotyczą pytań z tego rynku: Muzeum II Wojny Światowej umieszczone w Warszawie zamiast w Gdańsku i Triest wśród polskich węzłów logistycznych.

Polska na zapytanie, czyli kanon z Janem Pawłem II. Pierwsze skojarzenia z Polską po włosku to Kraków (12 z 12), Solidarność i pierogi (po 11), Auschwitz-Birkenau, Jan Paweł II i Warszawa (po 10). Jan Paweł II jest tu skojarzeniem tak oczywistym, że jedno z włoskich pytań badania samo go wyklucza: „poza wódką, pierogami i Janem Pawłem II, z czego Polska jest dziś znana?”. Królowa Bona Sforza pada w 2 z 12 odpowiedzi. Włochy są rynkiem kampanii „Polska. Więcej niż myślisz”; nowe twarze kampanii nie pojawiają się w żadnej ze 120 odpowiedzi portretu na tym rynku (pomiar osiem tygodni po starcie, nie ocenia skuteczności kampanii).

Firmy. Włoskie firmy pytają kosztami: dyrektor finansowy chce raportu o pełnych kosztach zakładu w Polsce i porównania z Rumunią i Słowacją; dalej hub logistyczny dla rynku niemieckiego i przejęcie firmy mechanicznej. 11 z 58 pytań Polski nie wymienia i w ich 66 odpowiedziach pada ona w 68,2%. Na krótkiej liście (48 odpowiedzi) Polska jest w 95,8%, Rumunia w 83,3%, Czechy i Węgry po 77,1%; własny kraj w 18,8%. Rumunia stoi tu blisko Polski, bo włoskie pytania o koszty pracy same ją wywołują: Polska wygrywa, gdy pytanie dotyczy logistyki do Niemiec i dojrzałości przemysłu, przegrywa argumentem ceny. Źródła dla firm to w 33,3% polskie strony (1 184 cytowania, 61% z wyszukiwania): ec.europa.eu (48), paih.gov.pl (29), ekrs.ms.gov.pl (20).

> **„Cracovia, Polonia. Perché: Città medievale magnifica, storia profonda (incluso il quartiere ebraico Kazimierz e Auschwitz a poca distanza), e costi tra i più bassi d'Europa.”**
>
> „Kraków, Polska. Dlaczego: wspaniałe średniowieczne miasto, głęboka historia (w tym żydowska dzielnica Kazimierz i Auschwitz w pobliżu) i jedne z najniższych kosztów w Europie.”
>
> — DeepSeek, Włochy, pytanie o niedrogi długi weekend w Europie Środkowej poza Pragą i Budapesztem (Log ID 0dcdc15d-af31-44aa-984c-dfbdbec60e92). Pytanie o region; Kraków wśród alternatyw.

Czego raport nie mówi. Raport mierzy odpowiedzi modeli zwrócone przez API w datowanym oknie (badanie główne 25 sierpnia – 28 września 2026; pomiary kontrolne do 2 listopada 2026), nie to, co widać w aplikacji konsumenckiej, nie ruch na stronach i nie skuteczność żadnej kampanii; nie układa rankingu rynków ani modeli, a porównań aprobaty między modelami nie podaje w tekście głównym, bo cztery z sześciu modeli miały w badaniu limit długości odpowiedzi (aneks).