



**NASZ**



**ZAKOCHANY**



**PRZEWODNIK**



**PO**

**FRANCJI**

**CZYLI**



**dyplomatyczna  
ratatouille**



**TOMASZ  
ORŁOWSKI**



Od początku swojej działalności OKNOPLAST wspiera kulturę. Przedsiębiorstwo angażuje się na tym polu nie tylko lokalnie – w kraju i Małopolsce, w której mieści się główna siedziba firmy. Ważnym rejonem aktywności producenta są również tereny poza granicami Polski. Teraz OKNOPLAST zdecydował się na uczestnictwo w kolejnym projekcie kulturalnym łączącym rodzimą i międzynarodową perspektywę, tym samym wspomagając publikację książki polskiego ambasadora we Francji Tomasza Orłowskiego.

Podkrakowska firma od lat pozostaje obecna na licznych rynkach zagranicznych. Swoją ofertę i sposób funkcjonowania w poszczególnych państwach zawsze dostosowuje do przyzwyczajeń, potrzeb i perspektywy mieszkańców, dostrzegając różnorodność gustów, dominujących stylów i oczekiwań. Takie podejście przełożyło się także w dużej mierze na CSR-ową i kulturalną działalność przedsiębiorstwa. Zgodnie ze swoją strategią od lat chętnie bierze ono bowiem udział w inicjatywach związanych z promowaniem polskiej kultury za granicą, jak również tych ukazujących dorobek kulturalny innych społeczeństw.

### **Francja polskim okiem**

Swoistą mieszanką tych dwóch perspektyw jest właśnie książka *Nasz zakochany przewodnik po Francji*, czyli dyplomatyczna ratatouille autorstwa Tomasza Orłowskiego, który przez wiele lat pełnił funkcję ambasadora Polski we Francji i Monako, a następnie – we Włoszech i San Marino. Był także szefem Protokołu Dyplomatycznego i wiceministrem spraw zagranicznych. W literackiej formie sportretował on Francję widzianą oczami zakochanych w niej Polaków. Na łamach publikacji czytelnicy znajdą więc miks interesujących anegdot i wspomnień ze świata ambasadorskiego, nieoczywiste wnioski uważnego obserwatora lokalnej kultury, sztuki i historii czy nawet wskazówki i spostrzeżenia admiratora lokalnej kuchni. Połączone w wyważony sposób wątki ukazują szeroki obraz współczesnej Francji, na który składa się wiele ciekawych detali.

*– Cieszymy się, że możemy wesprzeć tak wspaniałą inicjatywę. W Grupie OKNOPLAST bardzo istotne dla nas jest dostrzeganie wyjątkowej kultury, historii i potrzeb każdego ze społeczeństw i chcemy taką postawę promować. Wkład w publikację pana Tomasza Orłowskiego był kolejnym krokiem w tym kierunku – tłumaczy Magdalena Cedro-Czubaj, Dyrektor Marketingu w Grupie OKNOPLAST.*

### **OKNOPLAST na rzecz kultury**

W ciągu 25 lat działalności, które OKNOPLAST świętował w zeszłym roku, firma zaangażowała się w blisko 40 inicjatyw kulturalnych, a ze współpracy skorzystało 10 tys. osób. Wśród tych przedsięwzięć znalazły się m.in. coroczny mecenat wystawy sztuki z cyklu „Jasiński&Friends”, patronat nad Konkursem dla Młodych Architektów, partnerstwo konkursu Young Design dla młodych projektantów, a także partnerstwo obchodów 100-lecia odzyskania niepodległości w Ambasadzie Rzeczypospolitej Polskiej w Bratysławie.

### **OKNOPLAST**

[press box](#)