

<b>Wsparcie eksportu skierowane do firm .....</b>	<b>6</b>
PAIH – doradztwo, szkolenia, informacje, wsparcie dotacyjne.....	6
Obszar działania .....	6
Adresaci działań .....	6
Efekty działań .....	6
Planowane działania .....	6
ZBH PAIH – działania na rynkach zagranicznych .....	7
Obszar działania .....	7
Adresaci działań .....	8
Efekty działań .....	8
Planowane działania .....	8
BGK – finansowe wsparcie eksportu .....	8
Obszar działania .....	8
Adresaci działań .....	9
Efekty działań .....	9
Planowane działania .....	11
KUKE – ubezpieczenia i finansowanie eksportu .....	11
Obszar działania .....	11
Adresaci działań .....	12
Efekty działań .....	12
Planowane działania .....	13
KUKE Finance – finansowe wsparcie eksportu.....	13
Obszar działania .....	13
Adresaci działań .....	14
Efekty działań .....	14
Planowane działania .....	15
PARP – doradztwo, szkolenia, informacje, zaangażowanie na rzecz startupów, wsparcie dotacyjne .....	15
Obszar działania .....	16
Adresaci działań .....	19
Efekty działań .....	19
Planowane działania .....	20

NCBR – finansowanie innowacyjnych projektów badawczo-rozwojowych, w tym startupów, doradztwo, szkolenia, akcje informacyjne, wsparcie w Brukseli .....	21
Obszar działania .....	21
Adresaci działań .....	21
Efekty działań .....	21
Planowane działania .....	23
Sieć Badawcza Łukasiewicz – rozwiązywanie problemów technologicznych oraz oferowanie dostępnych w Łukasiewiczu produktów lub usług .....	23
Obszar działania .....	23
Adresaci działań .....	24
Efekty działań .....	24
Planowane działania .....	24
ARP – informacje .....	24
MRiT – identyfikacja i eliminacja barier w dostępie do rynków zagranicznych .....	25
Obszar działania .....	25
Adresaci działań .....	26
Efekty działań .....	26
Planowane działania .....	26
MRiT – udział w zamówieniach publicznych organizacji międzynarodowych .....	28
Obszar działania .....	28
Adresaci działań .....	29
Efekty działań .....	29
Planowane działania .....	30
MRiT – ochrona przed nieuczciwym importem .....	30
Obszar działania .....	30
Adresaci działań .....	30
Efekty działań .....	30
Planowane działania .....	31
MRiT – obniżenie kosztów importu zaopatrzeniowego .....	31
Obszar działania .....	31
Adresaci działań .....	32

Efekty działań .....	32
Planowane działania .....	32
MRiT – umowy o wolnym handlu .....	32
Obszar działania .....	33
Adresaci działań .....	33
Efekty działań .....	33
Planowane działania .....	33

## Promocja eksportu ..... 36

MRiT .....	36
Obszar działania .....	36
Adresaci działań .....	37
Efekty działań .....	37
Planowane działania .....	37
MSZ .....	38
Obszar działania .....	38
Adresaci działań .....	40
Efekty działań .....	41
Planowane działania .....	41
PAIH .....	42
Obszar działania .....	42
Adresaci działań .....	42
Efekty działań .....	42
Planowane działania .....	42
PARP .....	42
Obszar działania .....	43
Adresaci działań .....	44
Efekty działań .....	44
Planowane działania .....	44
KOWR .....	44
Obszar działania .....	44
Adresaci działań .....	47
Efekty działań .....	47

Planowane działania.....	49
<b>POT.....</b>	<b>51</b>
Obszar działania.....	51
Adresaci działań.....	53
Efekty działań.....	53
Planowane działania.....	54
<b>BGK.....</b>	<b>54</b>
Obszar działania.....	54
Planowane działania.....	55
<b>POLSA.....</b>	<b>55</b>
Obszar działania.....	55
Adresaci działań.....	56
Efekty działań.....	56
Planowane działania.....	56
<b>Sieć Badawcza Łukasiewicz.....</b>	<b>56</b>
Obszar działania.....	56
Adresaci działań.....	57
Efekty działań.....	57
Planowane działania.....	57

## Przyciąganie inwestycji o kluczowym znaczeniu dla innowacyjności i zaawansowania technologicznego polskiej gospodarki ..... 58

<b>MRiT.....</b>	<b>58</b>
Obszar działania.....	58
Adresaci działań.....	59
Efekty działań.....	59
Planowane działania.....	61
<b>PAIH.....</b>	<b>61</b>
Obszar działania.....	61
Adresaci działań.....	61
Efekty działań.....	61
Planowane działania.....	62

BGK .....	62
Obszar działania .....	62
KUKE .....	62
Obszar działania .....	63

## **Ekspansja polskich inwestycji za granicą ..... 64**

BGK .....	64
Obszar działania .....	64
Adresaci działań .....	64
Efekty działań .....	64
Planowane działania .....	64
PFR TFI .....	65
Obszar działania .....	65
Adresaci działań .....	65
Efekty działań .....	65
Planowane działania .....	66
KUKE .....	66
Obszar działania .....	67

# Wsparcie eksportu skierowane do firm

## PAIH – doradztwo, szkolenia, informacje, wsparcie dotacyjne

### OBSZAR DZIAŁANIA

W ramach dotychczasowych działań, w obszarze doradztwa eksportowego, PAIH analizuje potencjał eksportowy firmy, przygotowuje dedykowane pakiety informacyjne (rynkowe, sektorowe) oraz listy kontaktów do potencjalnych kontrahentów, pomaga weryfikować partnerów biznesowych. Organizuje spotkania B2B oraz misje biznesowe, wspiera firmy w kontaktach z administracją na lokalnych rynkach. Organizuje szkolenia i webinaria przybliżające firmom realia prowadzenia biznesu na poszczególnych rynkach zagranicznych, informuje na temat perspektyw eksportowych dla poszczególnych branż. Prowadzi Mapę Rynków Zagranicznych, agregującą informacje na temat wybranych rynków eksportowych (charakterystyka rynku, informacje sektorowe, podatkowe, logistyka, wyzwania i możliwości, kultura biznesowa). W ramach obecnego programu Polskie Mosty Technologiczne wspiera firmy innowacyjne w przygotowaniu i realizacji strategii wejścia na wybrane rynki pozaunijne.

### ADRESACI DZIAŁAŃ

MŚP, duże firmy, na różnym etapie zaawansowania działalności eksportowej, reprezentujące różne branże (z naciskiem na branże perspektywiczne określone w dokumentach strategicznych).

### EFEKTY DZIAŁAŃ

W 2019 roku wsparcie PAIH, także przy udziale ZBH, przyczyniło się do zawarcia 204 kontraktów eksportowych na łączną kwotę 344,37 mln zł. Rok 2020, mimo kryzysu wywołanego pandemią, przyniósł wzrost tych wartości do odpowiednio 266 kontraktów i 568,57 mln zł. PAIH oraz ZBH dynamicznie weszły w pierwszy kwartał 2021 r., doprowadzając do zawarcia kolejnych 95 kontraktów wartych 58,26 mln zł. Zakładany jest dalszy wzrost liczby oraz wartości wspartych kontraktów w najbliższym roku.

### PLANOWANE DZIAŁANIA

Działania PAIH, będą w dużej części kontynuowane, ale pojawią się też nowe zadania związane z planowaną ścieżką rozwoju eksportera zgodnie.

Wsparcie rozwoju kompetencji w zakresie internacjonalizacji przedsiębiorstw z sektora MŚP w zakresie zmiany modelu biznesowego, w tym budowania i implementacji strategii ekspansji na rynki zagraniczne oraz strategii rozwoju e-eksportu, będzie kontynuowane w ramach projektu Polskie Mosty Technologiczne.

W ramach projektu planowane jest wsparcie dla przedsiębiorców w ramach dwóch następujących po sobie komponentach. W ramach komponentu pierwszego, planuje się

zorganizowanie szkoleń/warsztatów podczas których, przedsiębiorcy przygotowują wstępną strategię ekspansji na wybrany rynek. Szkolenia będą poszerzone o aspekty związane z pozyskaniem wiedzy w zakresie rozpoczęcia e-eksportu, m.in. w zakresie dostosowania firmy w takich obszarach jak: logistyka, obsługa transakcji, marketing, obsługa klienta, infrastruktura IT, znajomość regulacji prawnych itd.

Następnie w drodze konsultacji z ekspertami opracowana zostanie docelowa wersja strategii ekspansji na rynku rozszerzona o elementy e-commerce.

W ramach komponentu drugiego, przedsiębiorca uzyska wsparcie finansowe na wdrożenie opracowanej strategii ekspansji na rynku docelowym, w tym wykorzystaniem elementów e-commerce, przy wsparciu merytorycznym ekspertów zewnętrznych. W ramach tego komponentu przedsiębiorca będzie miał możliwość kontaktu i współpracy z ekspertami funkcjonującymi bezpośrednio na danym rynku, a także znającymi ich specyfikę, uwarunkowania formalno-prawne oraz posiadającymi miejscowe powiązania biznesowe oraz działającymi w środowisku tamtejszych instytucji otoczenia biznesu/e-commerce.

W ramach programu przewidywane jest wsparcie grantowe dla przedsiębiorców w formie gotówkowej oraz bezgotówkowej w zależności od charakteru podejmowanych działań.

Projekt Polskie Mosty Technologiczne będzie realizowany w ramach Programu Operacyjnego *Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki*. Zakłada się, że jego realizacja rozpocznie się w II połowie 2023 r. Projekt będzie realizowany do końca 2030 r.

Planowane jest również wsparcie przedsiębiorstw w procesie odbudowy Ukrainy.

## ZBH PAIH – działania na rynkach zagranicznych

### OBSZAR DZIAŁANIA

Już obecnie Zagraniczne Biura Handlowe PAIH wspierają przedsiębiorców zarówno na rynkach zagranicznych (pomagając w działaniach biznesowych na miejscu), jak również w Polsce – przekazując wiedzę o rynkach oraz prowadząc działania szkoleniowo-informacyjne. Organizują webinaria prowadzone przez PAIH/ZBH. Istotnym obszarem działania ZBH jest zbieranie danych i dostarczanie wiedzy dla tworzonej Mapy Rynków Zagranicznych, zbierającej informacje konieczne do rozpoczęcia ekspansji zagranicznej w poszczególnych krajach oraz dostarczanie bieżących informacji o danych rynkach. Wśród działań ZBH wskazać należy wsparcie polskich przedsiębiorców w nawiązywaniu kontaktów (przygotowywanie listy potencjalnych partnerów zagranicznych, wsparcie w pozyskiwaniu poddostawców i partnerów biznesowych, spotkania B2B). Ponadto ZBH mają udział we wsparciu tego obszarów poprzez weryfikację potencjalnych partnerów biznesowych. Pomimo obecnego stanu pandemicznego, jako podmioty obecne na miejscu, ZBH mają istotną rolę w zakresie udziału polskich firm w zagranicznych wydarzeniach biznesowych oraz organizowaniu misji handlowych. W ofercie znajduje się także udostępnianie przestrzeni biurowej dla polskich przedsiębiorców, co może zostać wskazane jako usługa znaczącym potencjale w czasie wychodzenia z pandemii.

## ADRESACI DZIAŁAŃ

Oferta Zagranicznych Biur Handlowych PAIH skierowana jest do polskich firm mających potencjał do internacjonalizacji swojej działalności, ale również zagranicznych firm zainteresowanych współpracą z Polską. W szczególności oznacza to polskich eksporterów oraz firmy dopiero zainteresowane eksportem z Polski jak również partnerów handlowych i inwestorów zagranicznych. Potencjał eksportowy polskich przedsiębiorców nie jest zawężony jedynie do podmiotów będących na ostatnich etapach swojego rozwoju i otwarcie zgłaszających potrzebę wsparcia proeksportowego, ale obejmuje również firmy, które w danej chwili nie działają w kierunku umiędzynarodowienia, ale mogą podjąć takie działania pod wpływem inicjatyw promocyjnych i informacyjnych. Zatem odbiorcą oferty ZBH są również uczestnicy organizowanych webinarów, jak również odbiorcy dystrybuowanych materiałów o rynkach zagranicznych. Powyższą grupę odbiorców analogicznie poszerzyć należy o przedsiębiorców chcących podjąć ekspansję zagraniczną poprzez działania inwestycyjne.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

Efekty działań PAIH ZBH wskazano w pkt PAIH – doradztwo, szkolenia, informacje, wsparcie dotacyjne (więcej).

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Działania ZBH będą kontynuowane, natomiast będzie następowała elastyczna optymalizacja sieci ZBH oraz działań na poszczególnych rynkach.

# BGK – finansowe wsparcie eksportu

## OBSZAR DZIAŁANIA

BGK pełni kluczową rolę w zakresie dostarczania polskim przedsiębiorstwom instrumentów bankowych umożliwiających skuteczne konkurowanie na rynkach międzynarodowych.

Bank z roku na rok zwiększa zaangażowanie w produkty finansowania eksportu udzielane zarówno w ramach programu rządowego „Finansowe Wspieranie Eksportu” /„Program”/(kredyty długoterminowe dla zagranicznych nabywców polskich towarów i usług, udzielane bezpośrednio oraz za pośrednictwem banku nabywcy, a także refinansowanie kredytu dostawcy oraz instrumenty krótkoterminowe oparte na akredytywie), jak i działalności własnej (szerokie spectrum gwarancji bankowych w obrocie zagranicznym, a także instrumenty oparte na akredytywie).

Poza ww. instrumentami, z których korzystają w BGK bezpośrednio eksporterzy, Bank oferuje także instrumenty wsparcia innych banków finansujących polski eksport (poprzez mechanizm stabilizacji oprocentowania kredytu eksportowego w ramach programu Dopłat do Oprocentowania Kredytów Eksportowych /DOKE/, a także poprzez przejęcie ryzyka niewypłacalności banku zagranicznego w Programie Akredytyw Eksportowych /PAE/).



Aktywność BGK w obszarze finansowania eksportu na rynkach podwyższonego ryzyka stanowi zarówno uzupełnienie, jak również zachętę dla banków komercyjnych do podejmowania takiej działalności, w tym do współfinansowania / dzielenia się ryzykiem w przypadku projektów zagranicznych znacznej wielkości.

Oferta BGK w ramach programu „Finansowe Wspieranie Eksportu” jest szczególnie atrakcyjna na rynkach o podwyższonym profilu ryzyka, gdzie oferta banków komercyjnych jest ograniczona, a koszt finansowania ze strony banków lokalnych wysoki. Istotne znaczenie dla możliwości oceny przez BGK ryzyka podmiotów z tych rynków, ma bliska współpraca z Zagranicznymi biurami Handlowymi PAIH.

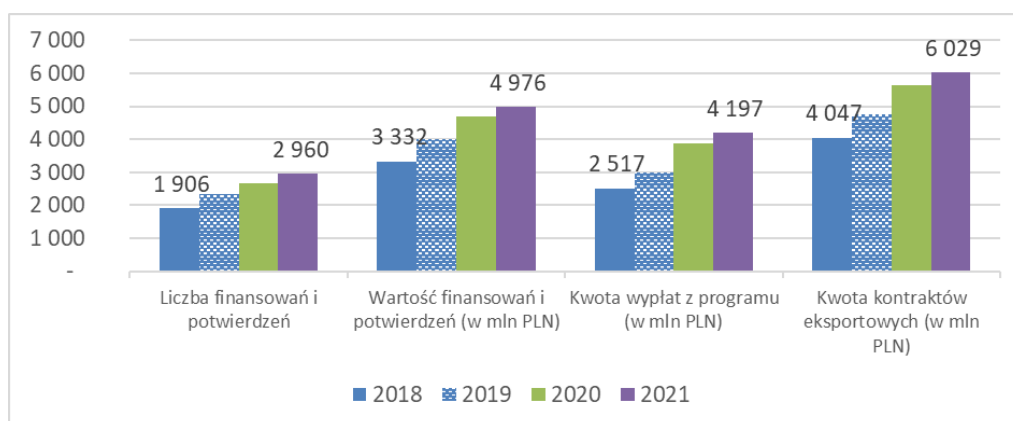
Instrumenty oferowane w ramach działalności własnej BGK dotyczą tak rynków o podwyższonym ryzyku, jak i pozostałych, zwłaszcza w przypadku gwarancji kontraktowych.

## ADRESACI DZIAŁAŃ

Działania BGK skierowane są w pierwszej kolejności do polskich eksporterów niezależnie od ich wielkości oraz branży, a także do banków finansujących polski eksport.

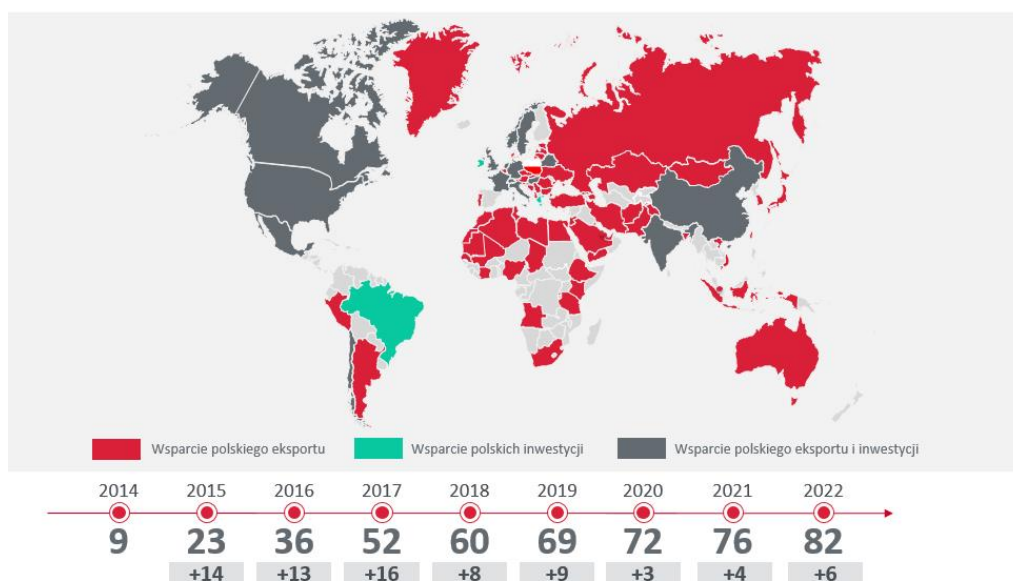
## EFEKTY DZIAŁAŃ

Od początku funkcjonowania Rządowego Programu Finansowe Wspieranie Eksportu, tj. w okresie od dnia 30 lipca 2009 r. do dnia 31 grudnia 2021 r. kwota udzielonego finansowania w ramach Programu wyniosła blisko 5 mld PLN (przyrost o blisko 0,3 mld PLN w stosunku do kwoty na koniec 2020 roku). Kwota wspartych kontraktów od początku działalności Programu wynosi 6 mld PLN (nie wszystkie kontrakty finansowane są w 100%). W podanym okresie udzielono łącznie 2960 finansowań oraz potwierdzeń akredytyw bez finansowania. Dynamiczny wzrost wartości udzielonego przez BGK w ostatnich latach wsparcia eksportu w ramach Programu można zaobserwować na poniższych wykresach (stan na koniec każdego roku narastająco).



Udzielane w ramach Programu finansowanie dotyczy w 97% eksportu do państw poza UE. Łącznie z działaniami podejmowanymi w ramach mandatu własnego BGK, Bank w ostatnich latach jest z polskimi eksporterami obecny na 82 rynkach z 6 kontynentów, co prezentuje załączona poniżej mapa.

## Finansowe wspieranie eksportu / ekspansji zagranicznej



Źródło: BGK, stan na 30.08.2022 r.

Instrumenty BGK wpisują się w działania zmierzające do zmiany struktury geograficznej polskiego eksportu. Udzielane w ramach obsługiwanego przez BGK programu rządowego „Finansowe Wspieranie Eksportu” finansowanie dotyczy w 97% eksportu do państw pozaunijnych, w tym zwłaszcza na rynki podwyższonego ryzyka (tak bliskie geograficznie jak np. Ukraina, jak i odległe geograficznie państwa afrykańskie lub azjatyckie). Aby osiągnąć większą dywersyfikację geograficzną polskiego eksportu niezbędna jest kontynuacja działalności BGK w zakresie wspierania eksportu ze szczególnym nastawieniem na rynki pozaunijne.

Oferta finansowania eksportu w innych krajach, które uznawane są za wzorcowe w zakresie wspierania eksportu (np. Niemcy – oferta KfW) jest produktowo zbliżona do oferty BGK. Również opiera się na kredytach dla nabywcy udzielanych bezpośrednio oraz za pośrednictwem banków nabywcy. W pierwotnej wersji polskiego programu Finansowe Wspieranie Eksportu nie zostało uwzględnione refinansowanie kredytu dostawcy (znane także pod nazwą wykup wierzytelności z kontraktu eksportowego). Jednak po identyfikacji tej luki w ofercie dla polskich eksporterów względem zagranicznych konkurentów, instrument został wprowadzony do programu w ramach jego rozszerzenia i obecnie jest już wykorzystywany przez polskich eksporterów. Np. w 2021 roku został zastosowany przez eksporterów przy wsparciu BGK i KUKE w transakcjach z Ukrainą, Mali i Wybrzeżem Kości Słoniowej, co również wpisuje się w potrzebę zmiany struktury geograficznej polskiego eksportu z naciskiem na zwiększenie udziału państw pozaunijnych.

Podstawowym celem działań BGK w obszarze finansowania eksportu jest dalszy wzrost wartości polskiego eksportu, ze szczególnym uwzględnieniem eksportu na rynki pozaunijne, w tym zwłaszcza rynki o podwyższonym ryzyku. Wyzwaniem przed jakim stoi polska gospodarka jest zmiana struktury geograficznej polskiego eksportu. Rolą BGK związaną z tym wyzwaniem jest finansowe wsparcie polskich przedsiębiorstw

w eksporcie zwłaszcza do krajów tzw. podwyższonego ryzyka oraz krajów rozwijających się, co umożliwi wzrost wartości eksportu Polski do tych grup państw.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

- Działania BGK będą wpisywały się w planowaną ścieżkę rozwoju eksportera, koordynowaną przez PAIH i będą istotnym elementem oferty dla przedsiębiorców na poszczególnych etapach tej ścieżki.
- Kontynuowana będzie realizacja programu rządowego Finansowe Wspieranie Eksportu (we współpracy z KUKI) oraz działalności własnej BGK w obszarze finansowania eksportu (w tym we współpracy z bankami komercyjnymi, tak w strukturach konsorcjalnych jak i w ramach specjalnych programów: PAE oraz DOKE). Wsparcie dla umiędzynarodowienia jest kluczowym elementem działań instytucji państwowych i musi skutkować zwiększeniem zainteresowania eksportem wśród polskich przedsiębiorstw. Przykładem działania już podjętego przez BGK w tym zakresie jest strategia biznesowa Banku na lata 2021-2025, której jednym z filarów jest współpraca i biznes międzynarodowy.
- Kontynuowana będzie także współpraca krajowych instytucji wspierających eksport z zagranicznymi przedstawicielstwami BGK. Będą one rozwijały kontakty na arenie międzynarodowej zarówno z instytucjami wspierającymi międzynarodowe stosunki gospodarcze, jak i z bankami rozwoju. Sieć Przedstawicielstw BGK będzie prowadziła działania zmierzające do nawiązania relacji z inwestorami międzynarodowymi, bankami regionalnymi oraz przedstawicielami przemysłu w celu wsparcia eksportu oraz realizacji projektów inwestycyjnych przez polski biznes za granicą. Ważnym elementem działań Przedstawicielstw będzie również promocja możliwości inwestycyjnych w Polsce i konkurencyjności polskiej gospodarki. Przedstawicielstwa BGK budują także bazę wiedzy na temat poszczególnych rynków, gromadząc informacje na temat możliwości inwestycyjnych dla polskich firm zwłaszcza pod kątem możliwych przejęć.

## KUKI – ubezpieczenia i finansowanie eksportu

### OBSZAR DZIAŁANIA

KUKI oferuje szeroką gamę instrumentów ubezpieczeniowych i gwarancyjnych zarówno w kraju, jak i w eksporcie, w szczególności:

- ubezpieczenia należności do ponad 200 krajów,
- kontraktowe gwarancje ubezpieczeniowe,
- gwarancje finansowania kredytów inwestycyjnych na inwestycje w Polsce dokonywane zarówno przez podmioty krajowe jak i zagraniczne,
- ubezpieczenia finansowania inwestycji zagranicznych z możliwością ubezpieczenia ryzyka politycznego,
- ubezpieczenia kredytu dla nabywcy, w tym Shop in Poland,
- gwarancje akredytyw bankowych,

- faktoring, w tym eksportowy – poprzez spółkę zależną KUKE Finance (pkt dotyczący KUKE Finance).

W 2022 r. KUKE kontynuowała działania służące upowszechnianiu wiedzy na temat wprowadzonego rok wcześniej kompleksowego systemu wsparcia eksportu, na który składały się m.in.: nowe rodzaje gwarancji dla kredytów inwestycyjnych przeznaczonych na zwiększenie produkcji eksportowej („Invest & Export”), nowy rodzaj gwarancji finansowania inwestycji zagranicznych w Polsce („Invest in Poland”), nowe ubezpieczenie inwestycji zagranicznych dokonywanych przez polskie firmy, gwarancje spłaty bieżącego finansowania („Working Capital Guarantee”), gwarancje importowe, płatnicze i finansowania łańcucha dostaw; ubezpieczenie kredytu dla nabywcy („Shop in Poland”). W tym celu KUKE podpisała z największymi krajowymi bankami (w tym z BGK) umowy o wykorzystaniu nowych instrumentów i promocji systemu wsparcia eksportu. Ich efektem są udzielone eksporterom kredyty z gwarancjami KUKE na rozbudowę możliwości produkcyjnych w kraju, a także ubezpieczone finansowania inwestycji na rynkach zagranicznych.

## ADRESACI DZIAŁAŃ

Oferta KUKE jest dostępna dla wszystkich rodzajów przedsiębiorstw już eksportujących bądź zainteresowanych eksportem, niezależnie od branży i wielkości firmy, z możliwością objęcia ubezpieczeniem i finansowaniem ich przedsięwzięć na ponad 200 rynkach świata.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

Wartość ubezpieczonego przez KUKE obrotu eksportowego wzrosła w 2021 r. o 37,5% r/r do 30.918,23 mln zł, z czego w zakresie komercyjnych ubezpieczeń eksportowych wyniosła 25.277,26 mln zł (wzrost wolumenu o 43,1%), a w zakresie gwarantowanych przez Skarb Państwa ubezpieczeń eksportowych 5.640,96 mln zł (wzrost wolumenu o 16,9%).

W strukturze geograficznej obrotu eksportowego objętego ubezpieczeniem oraz gwarancjami ubezpieczeniowymi zarówno komercyjnymi, jak i gwarantowanymi przez Skarb Państwa, podobnie jak w roku 2020, dominowały Niemcy (22,9%). Kolejne pozycje zajmowały należności kontrahentów z Czech (6,0%), Szwajcarii (5,7%) i Holandii (5,1%).

W 2021 r. w zakresie ubezpieczeń kontraktów eksportowych gwarantowanych przez Skarb Państwa i realizowanych w kredycie poniżej 2 lat podpisano 815 polis i odnowiono 695 polis. Liczba polis podpisanych wzrosła rok do roku o 94,5%. Wartość ubezpieczonego obrotu wyniosła 4.568,87 mln zł i była o 31,5% wyższa niż rok wcześniej. W strukturze geograficznej ubezpieczonego obrotu najwyższy udział miały należności przysługujące polskim eksporterom od kontrahentów z Ukrainy (33,0%).

Zgodnie z decyzją Komisji Europejskiej o wydłużeniu stosowania rządowych gwarancji w przypadku ubezpieczania należności handlowych w transakcjach z kontrahentami z UE i wybranych krajów OECD, KUKE do 31 marca 2022 r. oferowała gwarantowane przez Skarb Państwa ubezpieczenie krótkoterminowych należności eksportowych KUKE GAP EX i GAP EX+.

Lata 2020-22 przyniosły zasadniczą zmianę w podejściu, jak i instrumentarium KUKE służącym wspieraniu eksportu w ramach działalności gwarantowanej przez Skarb Państwa. Dzięki zmianom legislacyjnym przyjętym po wybuchu pandemii w ramach

pierwszych działań ostonowych dla gospodarki wdrożono założenia strategii rozwoju KUKI na lata 2019-22, które rozluźniły sztywny gorset rozwiązań z ustawy z 1994 r. Dotyczyły one m.in. zniesienia tzw. wymogu krajowości eksportu w przypadku ubezpieczeń należności, zmniejszenia wymogów dokumentowych, poszerzając spektrum eksportowanych towarów i usług objętych gwarancjami Skarbu Państwa, ale przede wszystkim umożliwiły wprowadzenie wielu innowacyjnych rozwiązań produktowych składających się na nowy system wsparcia eksportu. System został oparty na trzech filarach: (I) przyciąganie inwestorów do Polski i zabezpieczanie finansowania ich inwestycji, (II) zachęcanie i zabezpieczanie finansowania inwestycji oraz finansowania bieżącego eksporterom w Polsce, (III) bezpieczny rozwój firm i ich eksportu. Ubezpieczenia i gwarancje oferowane przez KUKI mogą ograniczyć ryzyko banków przy finansowaniu małych i średnich firm o odpowiednio 100% i 80%, uwalniając tym samym limity kredytowe i umożliwiając im nawet 5-krotne zwiększenie finansowania eksporterów. Ma to znaczenie również dla ożywienia akcji kredytowej banków, pomimo prognozowanego spowolnienia gospodarki w roku 2023.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Działania KUKI będą wpisywały się w planowaną ścieżkę rozwoju eksportera, koordynowaną przez PAIH i będą istotnym elementem oferty dla przedsiębiorców na poszczególnych etapach tej ścieżki.

System wsparcia eksportu jest wdrożony od 2021 r. i będzie rozwijany, bazując na opiniach zgłaszanych przez eksporterów i aktualizowany zgodnie z założeniami niniejszego dokumentu.

W najbliższym czasie KUKI planuje wprowadzenie:

- kompleksowej ochrony polskich eksporterów, również w zakresie zakupu towarów;
- ochrony ubezpieczeniowej polskich oddziałów przedsiębiorców zagranicznych;
- przejrzystości operacyjnej w zakresie wsparcia ubezpieczeniowego dotyczącego ryzyk odnoszących się do podmiotów ukraińskich lub terytorium Ukrainy (wyodrębnienie subrachunku w ramach rachunku Interes Narodowy).

## KUKI Finance – finansowe wsparcie eksportu

### OBSZAR DZIAŁANIA

Firma faktoringowa KUKI Finance została powołana do życia przez KUKI S.A. w marcu 2014 roku. Działalność operacyjną spółka rozpoczęła w listopadzie 2014 roku. Celem działalności jest finansowanie należności zagranicznych i krajowych w ramach wszystkich dostępnych na rynku rodzajów faktoringu, ze szczególnym uwzględnieniem faktoringu pełnego, czyli z przejściem ryzyka niewypłacalności kontrahenta. Przewaga konkurencyjna Grupy KUKI polega na oferowaniu polskim przedsiębiorcom kompleksowych rozwiązań w zakresie zarządzania ich portfelem należności. KUKI Finance i KUKI może jednocześnie zaoferować klientom finansowanie należności (wypłata zaliczki na poczet przyszłych płatności), przejście ryzyka niewypłacalności odbiorcy w oparciu o dostępne rozwiązania w KUKI S.A., prowadzenie kont rozliczeniowych kontrahentów, inkaso należności, monitoring należności, miękką



windykacje, a także analizę kontrahentów i nadawanie im limitów ubezpieczeniowych i finansowania.

Od września 2014 roku spółka jest aktywnym Członkiem Polskiego Związku Faktorów, organizacji, która działa od 2001 roku i do której należy 5 banków komercyjnych i 19 samodzielnych podmiotów wyspecjalizowanych w faktoringu.

## ADRESACI DZIAŁAŃ

Swoją ofertę, KUKA Finance kieruje do segmentu małych, średnich i dużych firm prowadzących pełną rachunkowość. Są to przedsiębiorstwa prowadzące sprzedaż do kontrahentów krajowych i zagranicznych z odroczonym terminem płatności nawet do 180 dni. Jako jedyna spółka faktoringowa w Polsce, KUKA Finance finansuje należności polskich eksporterów z tytułu dostaw towarów na rynki 160 krajów świata w ramach Polisy bez Granic KUKA S.A. Dzięki takiemu rozwiązaniu eksporter nie tylko uzyskuje finansowanie adekwatne do swoich potrzeb, ale zabezpiecza swoją firmę przed niewypłacalnością kontrahenta, a także przed skutkami zdarzeń politycznych i działaniami tzw. siły wyższej, co w obecnych czasach wydaje się być kluczowe. Minimalny limit finansowania dla klienta to 200 tys. PLN. Maksymalny limit to 100 mln PLN.

Struktura branżowa obrotów za 2021 rok przedstawia się następująco: metalowa – 31%, chemiczna – 11%, spożywcza – 8%, handel pojazdami – 7%, meblarska – 7%, handel hurtowy/pozostałe – 7%, handel hurtowy/energetyka – 7%, górnicza – 6%, maszynowa – 3%, pozostałe 13%.

Struktura produktowa obrotów na koniec 2021 roku przedstawia się następująco: Faktoring klasyczny (należnościowy) – 95%, odwrotny (finansowanie zobowiązań) – 5%, faktoring pełny (bez regresu) – 81%, niepełny (z regresem) – 19%, faktoring krajowy – 81%, faktoring eksportowy – 19%, faktoring jawny – 96%, tajny – 4%.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

Obroty faktoringowe (wartość nabytych faktur brutto) zrealizowane przez KUKA Finance w 2021 roku miały wartość 4,08 mld PLN. Zrealizowane w 2021 roku obroty przekroczyły obroty z roku poprzedniego (3,08 mld PLN) o 32%. Dla porównania obroty sfinansowane przez spółki faktoringowe zrzeszone w PZF osiągnęły wartość 362,4 mld PLN, co oznacza wzrost o 26%.

Zaangażowanie mierzone saldem wypłaconych zaliczek na koniec 2021 r. wyniosło 473,3 mln PLN, suma limitów na Faktorantów (klientów) 871,0 mln PLN, liczba klientów 123, liczba odbiorców objętych umową faktoringu – 2866, liczba nabytych faktur 145.666.

Od września 2020 r. KUKA Finance realizuje z BGK umowę portfelowej linii gwarancyjnej, która umożliwi finansowanie klientów znajdujących się po COVID w trudniejszej sytuacji finansowej. Od lipca 2022 r. KUKA Finance współpracuje z BGK w ramach gwarancji limitu faktoringowego przeznaczonego na bieżące finansowanie działalności gospodarczej z Funduszu Gwarancji Kryzysowych.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

- Działania KUKE Finance będą wpisywały się w planowaną ścieżkę rozwoju eksportera, koordynowaną przez PAIH i mogą być istotnym elementem oferty dla przedsiębiorców na poszczególnych etapach tej ścieżki, w szczególności w momencie poszukiwania i realizacji kontraktów, umów handlowych z kontrahentami.
- Wprowadzone zostaną produkty, które umożliwią finansowanie kontraktów eksportowych z terminem spłaty do 2 lat zabezpieczonych produktami KUKE S.A. przy jednoczesnym spełnieniu warunków umowy kredytowych. Ograniczeniem, w kontekście zidentyfikowanych wyzwań, z perspektywy KUKE Finance, są wspomniane powyżej zapisy umów kredytowych jakie KUKE Finance ma zawarte bankami finansującymi tj. BGK (finansowanie w PLN) oraz ING Bank Śląski S.A. (finansowanie w walucie zagranicznej). Zapisy umów uniemożliwiają finansowanie należności z terminami płatności powyżej roku. Wprowadzenie elastycznego finansowania w walucie zagranicznej umożliwiające jednocześnie finansowanie transakcji zagranicznych z terminem płatności do 2 lat w BGK dałoby Grupie KUKE (KUKE S.A. oraz KUKE Finance S.A) możliwość oferowania polskim przedsiębiorcom kompleksowego narzędzia wsparcia eksportu (w ramach jednego produktu przedsiębiorca otrzymywałby finansowanie oraz ubezpieczenie braku zapłaty przez odbiorcę). Podjęte zostały działania, które mają na celu realizację przedmiotowego punktu.
- Kolejnym zidentyfikowanym wyzwaniem w tym obszarze są wciąż funkcjonujące w obrocie prawnym zakazy cesji wierzytelności. Skorzystanie z faktoringu KUKE Finance lub innych instytucji faktoringowych która zapewni szybszy dostęp do środków finansowych ze sprzedaży zagranicznej lub krajowej przez podmioty udzielające tzw. kredytu kupieckiego, wymaga dokonania cesji wierzytelności na KUKE Finance lub innego Faktora Tymczasem, wiele firm, stosuje zakaz cesji wierzytelności. Uniemożliwia to dostawcom ww. podmiotów, którzy mogą być jednocześnie eksporterami, możliwość finansowania obrotu i dalszej ekspansji na rynki zagraniczne i krajowe. Polski Związek Faktorów złożył konkretną propozycję legislacyjną, która odpowiada na to wyzwanie. Zmiany legislacyjne w zakresie zakazów cesji wierzytelności są przedmiotem dalszych prac.
- Będą nadal prowadzone intensywne działania mająca na celu zwiększenie świadomości przedsiębiorców na temat działania Grupy KUKE i dostępności nowych instrumentów finansowania i wsparcia eksportu.
- Nastąpi wydłużenie programu wsparcia dla klientów branży faktoringowej w ramach portfelowej linii gwarancyjnej BGK na kolejne lata.

**PARP – doradztwo, szkolenia, informacje,  
zaangażowanie na rzecz startupów, wsparcie  
dotacyjne**

## OBSZAR DZIAŁANIA

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości działa na rzecz zwiększenia internacjonalizacji polskich przedsiębiorców należących do sektora MŚP. Udziela im wsparcia zarówno o charakterze niefinansowym (informacyjnym, szkoleniowym, w zakresie poszukiwania kontaktów i kojarzenia z partnerami zagranicznymi), jak również finansowym, w formie dotacji przeznaczonej na rozwój innowacyjnych produktów i usług, ich ochronę na rynkach międzynarodowych, promocję międzynarodową marki (w tym przygotowanie i wdrożenie strategii rozwoju eksportu).

Działania realizowane przez PARP są finansowane ze środków krajowych, środków funduszy europejskich i projektów międzynarodowych.

Przy wdrażaniu swoich instrumentów Agencja korzysta z wieloletniego doświadczenia oraz rozbudowanej sieci partnerów zagranicznych, w szczególności należących do sieci Enterprise Europe Network oraz Europejskiego Stowarzyszenia Innowacyjnych Agencji (TAFTIE). PARP zawarła również bilateralne umowy o współpracy z zagranicznymi organizacjami biznesu, dzięki którym może aktywnie wspierać działalność polskich przedsiębiorców na rynkach, na których działają te organizacje. Przez wiele lat Agencja uczestniczyła w pracach stowarzyszenia ETPO (European Trade Promotion Organisations) i nadal korzysta z dorobku tej organizacji.

Część instrumentów wdrażanych przez PARP jest ograniczona terytorialnie (np. obejmuje przedsiębiorców z obszaru Polski Wschodniej), czasowo (działania te są wdrażane w ramach Programów Operacyjnych) lub branżowo (programy skierowane do konkretnych branż w ramach Branżowych Programów Promocji Marki Polskiej Gospodarki). Agencja wdraża również instrumenty dedykowane do przedsiębiorców startupowych.

Obecnie w portfelu Agencji znajduje się 8 instrumentów finansowych i 8 instrumentów niefinansowych, których celem jest internacjonalizacja polskich MŚP. Wdrożenie kolejnych instrumentów jest planowane w ramach Programów Operacyjnych perspektywy finansowej 2021-2027, w szczególności Programu Operacyjnego *Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki* (FENG). W ramach tego programu planowane jest w szczególności wspieranie umiędzynarodowienia firm i ich konsorcjów wdrażających kompleksowe projekty badawczo rozwojowo inwestycyjne. A także działania analogiczne do wdrażanych w obecnej perspektywie. Będą to:

- Programy rozwojowe dla innowacyjnych spółek, w tym zagranicznych startupów o charakterze akceleracyjnym i post akceleracyjnym;
- Wsparcie promocji oraz internacjonalizacji innowacyjnych MŚP udział w prestiżowych wydarzeniach targowych i konferencjach;
- Granty na Eurogranty dla organizacji badawczych oraz przedsiębiorców, wspieranie aplikowania do programów UE;
- Rozwój przedsiębiorstw poprzez wsparcie internacjonalizacji Krajowych Klastrow Kluczowych.

Działania niefinansowe realizowane przez PARP mają na celu głównie: podniesienie kompetencji MŚP w obszarze innowacyjności, usprawnienie zarządzania firmą i przygotowanie do ekspansji międzynarodowej.



Działania te są realizowane, w pierwszej kolejności, w ramach projektów Centrum Rozwoju MŚP i Enterprise Europe Network, których realizacja jest planowana w kolejnych latach.

Agencja organizuje i publikuje na prowadzonych przez siebie stronach internetowych artykuły informacyjne, przewodniki i podręczniki skierowane do przedsiębiorców. Ponadto, organizuje (najczęściej w formule on-line) seminaria i szkolenia, które są udostępniane w mediach społecznościowych oraz w portalu You Tube.

PARP przygotowuje również i publikuje wykłady internetowe, filmy instruktażowe i krótkie animacje mające zwrócić uwagę przedsiębiorców na najważniejsze aspekty prowadzenia działalności międzynarodowej. Na szczególną uwagę zasługują te, które zostały opublikowane w ramach cyklu „Szkoła dla Eksportera” obejmującego najważniejsze aspekty związane z finansowaniem, zabezpieczaniem, oceną ryzyka, zawieraniem i rozliczaniem transakcji eksportowych, a także kwestie związane z dostępem polskich towarów do rynków międzynarodowych, w tym wymogi dotyczące dopuszczenia do obrotu, certyfikacji i oznaczenia CE.

Od 2019 r. PARP prowadzi w ramach Centrum Rozwoju MŚP, na uruchomionej przez siebie platformie bezpłatne kursy e-learningowe dla przedsiębiorców i osób rozpoczynających działalność gospodarczą. Obecnie opublikowano 49 kursy wspierające przedsiębiorców w obszarze finansów, marketingu, prawa, zarządzania i kompetencji. W ramach Akademii PARP r. opublikowano także szkolenia dotyczące eksportu („Eksport dla początkujących”, „Marketing eksportowy”, „Spedycja i logistyka w eksporcie”). Tematyka eksportowa będzie nadal rozwijana na Portalu, który ma obecnie 131 tys. zarejestrowanych użytkowników).

PARP od wielu lat konsekwentnie wspiera też budowę komercyjnej oferty szkoleniowej i doradczej za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych. To unikalny Portal zawierający informację o bieżącej, zweryfikowanej ofercie komercyjnych firm szkoleniowych i doradczych, w tym ofercie szkoleń dofinansowanych ze środków publicznych.

W ramach projektu Enterprise Europe Network (EEN) Agencja świadczy również indywidualne usługi o charakterze informacyjnym (np. w zakresie dostępu do zagranicznych rynków, regulacji prawnych obowiązujących w UE, finansowania), rozwoju innowacji (audyty technologiczne).

Agencja działa też na rzecz kojarzenia polskich przedsiębiorców z zagranicznymi kontrahentami, m.in. obsługując bazę ofert kooperacyjnych, a także organizując spotkania B2B (brokerskie, machmakingowe) – zarówno w formule tradycyjnej, jak również on-line. Z oferty EEN w zakresie poszukiwania partnerów gospodarczych korzysta rocznie kilka tysięcy polskich firm.

PARP pełni nie tylko rolę ośrodka EEN, ale również krajowego koordynatora sieci obejmującej 30 ośrodków (spośród 600 funkcjonującej na świecie).

PARP angażuje się również w działania bilateralne, mające na celu wsparcie tworzenia partnerstw międzynarodowych przez polskich przedsiębiorców. Działania takie są obecnie realizowane w ramach projektów „V4 in Israel training programme”, oraz w ramach środków Europejskiego Obszaru Gospodarczego (EOG) – Programu „Rozwój przedsiębiorczości i innowacje” w ramach Norweskiego Mechanizmu Finansowego 2014-2021 i Mechanizmu Finansowego EOG 2014-2021 (współpraca z Norwegią). Agencja wdraża również działania nakierowane na zwiększenie współpracy z partnerami,

z którymi zawarła umowy dwustronne o współpracy (np. z Tajwanu). W planach PARP jest poszerzenie tego typu inicjatyw o kolejne perspektywiczne rynki.

PARP podejmuje działania mające na celu wsparcie polskich przedsiębiorców w poszukiwaniu źródeł zagranicznego, prywatnego kapitału typu venture, w tym, w ramach inicjatyw „TAFTIE E-pitch” oraz „Invest in Horizon”. Działania te są wdrażane przez Agencję we współpracy z europejską platformą startupową EuroQuity.

Wśród instrumentów finansowych wdrażanych przez PARP na szczególną uwagę zasługują te, które zostały zaadresowane do osób rozpoczynających działalność gospodarczą oraz młodych firm technologicznych (startupów).

W ramach instrumentu „Erasmus dla młodych przedsiębiorców” oraz „Erasmus Global” Agencja umożliwia przyszłym i początkującym przedsiębiorcom możliwości pozyskania doświadczenia we współpracy z zagranicznymi, doświadczonymi przedsiębiorcami.

PARP dysponuje również bogatą ofertą działań skierowaną do młodych firm technologicznych (startupów). Dzięki wsparciu oferowanemu przez Agencję firmy te mogą przejść przez proces akceleracji (działania „Programy Akceleracyjne”, „Platformy Starowe”), nawiązać współpracę technologiczną z dużymi przedsiębiorcami (Programy „Scale-Up”, „Electro Scale-up”, „Connect and Scale-up”), przygotować do przyjęcia inwestora (działanie „Pomoc Prawna dla Startupów”). W nowej perspektywie finansowej tj. od roku 2023 PARP będzie wdrażała kompleksowe działania na rzecz środowiska startupowego, w tym działania na rzecz jego internacjonalizacji.

Wśród działań z obszaru umiędzynarodowienia realizowanych przez PARP na rzecz startupów wyróżnia się działanie pn. „Poland Prize” Celem instrumentu jest zachęcenie zagranicznych firm do prowadzenia biznesu w Polsce m.in. dzięki dofinansowaniu rozpoczęcia działalności i włączenia w polski ekosystem. Wsparcie udzielane jest za pośrednictwem wyspecjalizowanych operatorów (akceleratorów). Agencja po przeprowadzeniu pilotażu programu w latach 2018- 2020 kontynuuje program w okresie 2021 – 2023 w ramach działania 2.5 PO IR jako „Programy Akceleracyjne – Poland Prize”.

PARP posiada również rozbudowaną ofertę finansowych instrumentów wsparcia, którą kieruje do działających eksporterów, promujących swoje produkty i usługi na rynkach zagranicznych.

Obecnie temu celowi służą wdrażane przez Agencję instrumenty:

- „Internacjonalizacja MŚP” – instrument skierowany do firm działających na obszarze województw: warmińsko-mazurskiego, podlaskiego, świętokrzyskiego, lubelskiego i podkarpackiego. W jego ramach przedsiębiorcy otrzymują finansowanie na opracowanie strategii rozwoju działalności eksportowej oraz środki finansowe pozwalające na jej wdrożenie;
- „Go to Brand” oraz „Go to Brand Expo”, których Celem jest sfinansowanie promocji marek produktowych polskich przedsiębiorców na rynkach zagranicznych. Działanie to jest skierowane do mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, działających w branżach o wysokim potencjale konkurencyjnym i innowacyjnym: (biotechnologia i farmaceutyka, budowa i wykańczanie budowli, części samochodowe i lotnicze, maszyny i urządzenia, moda polska IT/ICT, jachty i łodzie rekreacyjne, polskie specjalności żywnościowe, sprzęt medyczny, branża kosmetyczna, meblarska, usług prozdrowotnych.

Uzupełnieniem działań mających na celu promocję produktów na rynkach zagranicznych jest wsparcie udzielane przez PARP polskim przedsiębiorcom w zakresie ochrony praw własności przemysłowej na zagranicznych rynkach. Celowi temu służy instrument pn. „Ochrona własności przemysłowej”. W jego ramach PARP finansuje część kosztów ochrony na tych rynkach praw do wynalazków, wzorów użytkowych i wzorów przemysłowych.

Ważną grupę odbiorców wsparcia udzielanego przez Agencję stanowią organizacje otoczenia biznesu, w szczególności akceleratory oraz klastry. Są to dynamiczne organizacje, działające na rzecz swoich klientów i członków w takich obszarach jak B+R, wdrożenie wspólnej oferty, kompletowanie łańcuchów dostaw oraz internacjonalizacja. Obecnie PARP realizuje działanie kierowane do tych organizacji, które zostały uznane przez MRiT za wiodące w ramach działania „Umiejdzynarodowienie Krajowych Klastrow Kluczowych”.

Jego celem jest finansowanie kompleksowych usług wspierających dostosowanie i wprowadzenie lub wzmocnienie na rynkach zagranicznych oferty/produktów klastra lub jego członków, ze szczególnym uwzględnieniem produktów zaawansowanych technologicznie. Działania na rzecz umiejdzynarodowienia klastrow będą kontynuowane w ramach nowej perspektywy finansowej.

PARP wspiera aktywnie udział polskich przedsiębiorców w zaawansowanych formach internacjonalizacji, w szczególności w projektach finansowanych ze środków UE, w ramach programów zarządzanych bezpośrednio przez instytucje europejskie.

Celowi temu służy działanie pn. „Granty na Eurogranty”. Celem tego instrumentu jest sfinansowanie kosztów przygotowania Eurograntu, tj. projektu planowanego do realizacji w ramach jednego z Programów Unii Europejskiej, w szczególności Kreatywna Europa, LIFE, Horyzontu Europa i Single Market Programme. Wdrażanie tego działania jest planowane również w nowej perspektywie finansowej.

## ADRESACI DZIAŁAŃ

Odbiorcą działań realizowanych przez PARP są mikro, mali i średni przedsiębiorcy, w całym cyklu rozwoju: zarówno ci którzy jeszcze nie prowadzą działalności eksportowej, lub ją zaczynają (startupy), jak również doświadczone podmioty, które rozszerzają swoją aktywność na rynkach międzynarodowych promując na nich swoje produkty lub usługi. Ostatnią grupą odbiorców są doświadczeni eksporterzy, którzy zdobywają nowe rynki lub angażują się w zaawansowane formy współpracy międzynarodowej.

Szczególnie bogatą ofertę PARP adresuje do młodych firm technologicznych (startupy) oraz organizacji otoczenia biznesu, w szczególności akceleratorów i klastrow.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

Z oferty PARP dotyczącej internacjonalizacji korzysta kilkadziesiąt tysięcy podmiotów. Ich krąg jest szczególnie szeroki w przypadku instrumentów niefinansowych udostępnianych wszystkim zainteresowanym. Przykładowo z kursów e-elearningowych udostępnionych w ramach „Akademii PARP” skorzystało dotychczas prawie 88 tys. odbiorców, którzy otrzymali ponad 112 tys. certyfikatów. Łącznie filmy i webinaria organizowane w ramach projektów CR MŚP i EEN uzyskało 850 tys. wyświetleń.

Instrumenty finansowe dotyczące internacjonalizacji również cieszą się dużym zainteresowaniem odbiorców. W ramach działań związanych z internacjonalizacją Krajowych Klastrow Kluczowych, dotacji w działaniu (Granty na Eurogranty), GoToBrand oraz Internacjonalizacji MŚP w ramach POPW agencja współpracuje z ponad 3,8 tysiącami podmiotów, dla których asygnowano wsparcie na kwotę ponad 1,4 mld zł. Przewidywany poziom przychodów z eksportu, jaki zostanie osiągnięty dzięki realizacji tych przedsięwzięć wyniesie około 20 mld zł.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

- Działania PARP będą wpisywały się w planowaną ścieżkę rozwoju eksportera, koordynowaną przez PAIH i będą istotnym elementem oferty dla przedsiębiorców na poszczególnych etapach tej ścieżki.
- W ramach perspektywy finansowej 2021-2027 PARP uruchomi kolejne działania nakierowane na umiędzynarodowienie środowiska polskiego systemu startupowego. Najważniejszym z planowanych działań będzie Program „Startup Exchange” realizowany w porozumieniu z agencjami publicznymi i akceleratorami z krajów zarówno europejskich, jak spoza Europy (np. Izrael, USA, Singapur, Indie). Realizacja programu będzie polegać na objęciu polskich startupów zainteresowanych ekspansją na dany rynek programem przygotowującym je do wyjazdu oraz programem na danym rynku, gdzie poznają potencjalnych kontrahentów, inwestorów, kulturę biznesową, zaplanują założenie oddziału firmy, poszerzą swoją wiedzę na temat danego rynku.
- Uzupelnieniem tego działania będzie dedykowany projekt systemowy (pozakonkursowy) wdrażany przez PARP pn. „Wsparcie powstawania i rozwoju innowacyjnych spółek START-UPS ARE US”.
- Celem tych działań będzie globalizacja polskiego ekosystemu startupowego poprzez: rozwój działań dla startupów nakierowanych na umiędzynarodowienie działalności oraz wzrost konkurencyjności, profesjonalizację podmiotów świadczących usługi dla startupów oraz promowanie nowych modeli biznesowych i osiągnięć gospodarczych, wypracowanych przez młode innowacyjne firmy. W realizację programu zostaną włączone również środowiska polonijne.
- W perspektywie finansowej 2021-2027 PARP będzie realizowała programy wspierające internacjonalizację polskich przedsiębiorców w ramach Programu Operacyjnego *Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki* (FENG). W programie tym zaplanowano wsparcie promocji oraz internacjonalizacji innowacyjnych MŚP – budowanie kompetencji i strategii ekspansji zagranicznej oraz dopasowania produktów i usług do konkretnych rynków docelowych, segmentów klientów i kanałów sprzedaży. W FENG zaprojektowano także kompleksowe działanie obejmujące: prowadzenie prac badawczo rozwojowych przez przedsiębiorców, wdrożenie przygotowanych innowacji, a następnie działania na rzecz ich internacjonalizacji.
- Będą także prowadzone działania wspierające umiędzynarodowienie klastrow. Zostały one przewidziane w ramach Programu Operacyjnego *Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki*, przy czym PARP, tak jak dotychczas będzie wspierała najbardziej perspektywiczne klastry, również z punktu widzenia ich potencjału międzynarodowego (Krajowe Klastry Kluczowe oraz Klastry wzrostowe o ponadregionalnym zakresie działania).

# NCBR – finansowanie innowacyjnych projektów badawczo-rozwojowych, w tym startupów, doradztwo, szkolenia, akcje informacyjne, wsparcie w Brukseli

## OBSZAR DZIAŁANIA

Głównym celem współpracy międzynarodowej prowadzonej przez NCBR jest zwiększenie międzynarodowej konkurencyjności polskich zespołów badawczych poprzez współpracę z partnerami zagranicznymi, zdobycie międzynarodowego doświadczenia, transfer know-how oraz umocnienie pozycji międzynarodowej Polski. NCBR uczestniczy w organizacji konkursów na międzynarodowe projekty badawcze lub badawczo-rozwojowe i finansuje polskie podmioty (jednostki naukowe, przedsiębiorstwa, konsorcja naukowe) realizujące projekty międzynarodowe poprzez udział w licznych konkursach w ramach programów dwustronnych.

NCBR prowadzi działania związane z szeroko rozumianą współpracą międzynarodową. Jest odpowiedzialne między innymi za nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów międzynarodowych z zagranicznymi instytucjami, jednostkami naukowymi czy przedstawicielami biznesu. W ramach swojej działalności, uczestniczy w licznych programach i inicjatywach międzynarodowych, z których finansowane są projekty międzynarodowe z udziałem krajowych beneficjentów.

W ramach współpracy międzynarodowej NCBR uczestniczy w organizacji konkursów na międzynarodowe projekty badawcze lub badawczo-rozwojowe i finansuje polskie podmioty (jednostki naukowe, przedsiębiorstwa, konsorcja naukowe) realizujące międzynarodowe projekty.

NCBR finansuje międzynarodowe innowacyjne projekty badawczo-rozwojowe. Uczestniczymy w inicjatywach służących akceleracji polskich przedsiębiorstw.

W NCBR działa Krajowy Punkt Kontaktowy ds. Horyzontu Europa – ok. 50 ekspertów, którzy bezpłatnie wspierają polskie podmioty zainteresowane udziałem w tym programie, posiadającym szeroką ofertę dla przedsiębiorców każdej wielkości.

W Brukseli działa Biuro NCBR, które reprezentuje interesy polskiego środowiska naukowego i innowacyjnego.

## ADRESACI DZIAŁAŃ

Odbiorcą działań realizowanych przez NCBR są przedsiębiorcy, w tym również startupy.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

NCBR realizuje projekty, których rezultaty mogą pomóc przedsiębiorstwom w otwarciu się na rynki zagraniczne, czy też ugruntowanie kontaktów z partnerami zagranicznymi.

Jednym z przykładów jest program GO-Global, który jest kontynuacją zainicjowanego w 2012 r. przedsięwzięcia będącego odpowiedzią na zapotrzebowanie polskich przedsiębiorców na wsparcie w komercjalizacji innowacyjnych produktów i usług powstałych w wyniku prac badawczo-rozwojowych, którzy w celu dalszego rozwoju



wymagają dostępu do rynków światowych. Celem głównym Programu GO\_GLOBAL.PL jest wsparcie innowacyjnych firm komercjalizujących wyniki badań naukowych i prac rozwojowych na rynkach światowych. Natomiast cele szczegółowe to kolejno: przygotowanie do wejścia na rynki międzynarodowe poprzez ocenę możliwości komercjalizacji innowacyjnego produktu lub usługi oraz siły konkurencji, opracowanie planu wejścia na wybrany, docelowy rynek oraz pozyskanie kapitału VC lub inna forma internacjonalizacji.

Od początku ustanowienia programu GO\_Global realizowanych było 129 projektów. Łączne przyznane przez NCBR dofinansowanie na realizację ww. projektów kształtuje się na poziomie 20 801 698,76 PLN.

Jego celem było zwiększenie skali komercjalizacji na rynkach światowych wyników badań naukowych lub prac rozwojowych polskich firm. W badaniu ewaluacyjnym 70% przedsiębiorców zadeklarowało, że w wyniku realizacji wprowadzono nowy produkt lub usługę. Ponad połowę z nich, dzięki przygotowaniu odpowiedniej strategii przejścia z rynku lokalnego na rynki światowe, udało się pomyślnie skomercjalizować swoje produkty/usługi na rynku zagranicznym.

W innych programach, choć nie były one ukierunkowane na ten obszar, udało się zaobserwować także efekty dotyczące eksportu lub wejścia na nowe rynki. Przykładowo w Programie Badań Stosowanych rozpoczęcie działalności eksportowej lub wzrost eksportu zadeklarowało 17% beneficjentów ogółem i 34% beneficjentów, którym udało się wdrożyć rozwiązanie będące wynikiem realizacji projektu. W programie Innotech z kolei 44% beneficjentów zadeklarowało wprowadzenie nowego produktu lub usługi na rynku zagranicznym. W programie Demonstrator+ było to z kolei 33% beneficjentów. Z kolei w poddziałaniu POIG 1.3.1 efekt taki zadeklarowało 15,6% beneficjentów, a w działaniu 1.4. 67% beneficjentów.

Musimy mieć jednak świadomość, że realizacja projektów badawczo-rozwojowych, sama w sobie, nie gwarantuje skutecznej internacjonalizacji eksportowej. Jest jednak istotnym narzędziem, które to umożliwia.

Ponadto w roku 2022 NCBR sfinalizowało zawieszoną w latach 2020-21 z powodu pandemii COVID-19 pilotażową edycję działania akceleracyjnego pn. NCBR-NAP (NCBR-Nevada Acceleration Program). Celem działania jest łączenie innowacyjnych ekosystemów Polski i Stanu Nevada poprzez akcelerację wyłonionych w konkurencyjnej procedurze, zarejestrowanych w Polsce, młodych firm technologicznych na rynku amerykańskim, przy skorzystaniu z doświadczenia mentorów ze Stanu Nevada i związanych z nimi instytucji. W efekcie edycji pilotażowej 10 polskich firm w dwóch grupach po 5 każda uczestniczyło w tygodniowej akceleracji w stanie Nevada. Działanie to stanowi przykład umożliwienia zdobycia przez młode polskie firmy unikalnych doświadczeń w zakresie skalowania biznesu na rynku USA, udoskonalania dialogu z wymagającymi inwestorami oraz nawiązywania korzystnych relacji z partnerami, mającymi kluczowe znaczenie dla powodzenia ekspansji na rynku amerykańskim i globalnym.

KPK ds. Horyzontu Europa działa na rzecz intensyfikacji polskiego udziału w PR UE Horyzont Europa. Poprzez tysiące konsultacji oraz setki szkoleń, warsztatów i akcji informacyjnych eksperci KPK informują o zasadach udziału w programie, pomagają wybrać tematykę konkursu i budować konsorcja, konsultują projekty wniosków, rozwiewają wątpliwości dot. finansów i aspektów prawnych. Prowadzony jest portal

[www.kpk.gov.pl](http://www.kpk.gov.pl) KPK koordynuje również sieć wsparcia w całym kraju, składającą się z sześciu Horyzontalnych Punktów Kontaktowych w 12 lokalizacjach.

Przedstawiciele Biura NCBR w Brukseli aktywnie działają na rzecz zwiększania udziału polskich innowacyjnych firm w programie Horyzont Europa poprzez m.in. bezpośrednie kontakty z Komisją Europejską i jej agencjami, udział w spotkaniach eksperckich organizowanych przez Komisję Europejską i instytucje partnerskie prowadzące działalność w obszarze badań i innowacji w Brukseli oraz organizacją wizyt studyjnych, brokerskich, matchmakingowych i networkingowych.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Dotychczasowe działania NCBR będą kontynuowane, z tym że będą one wpisywały się w planowaną ścieżkę rozwoju eksportera, koordynowaną przez PAIH, i będą istotnym elementem oferty dla przedsiębiorców na poszczególnych etapach tej ścieżki.

Krajowy Punkt Kontaktowy działa przez cały okres trwania Programu Ramowego.

Biuro NCBR w Brukseli działa w trybie ciągłym.

NCRB w lutym 2023 r. ogłosiło pierwszy konkurs w ramach Programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki – Ścieżka SMART, którego celem jest rozwijanie oraz wzmacnianie zdolności badawczych i innowacyjnych przedsiębiorstw poprzez realizację prac B+R, a także wdrożenie innowacji. Realizacja projektów da przedsiębiorstwom możliwość dostosowania działalności do wyzwań wskazanych w Europejskim Zielonym Ładzie oraz związanych z cyfryzacją, rozwojem infrastruktury badawczej, internacjonalizacją działalności, a także wzrostem kompetencji kadr. W pierwszym z pięciu zaplanowanych na ten rok konkursów Ścieżki SMART na realizację projektów przeznaczony został budżet w wysokości 667 milionów złotych.

## Sieć Badawcza Łukasiewicz – rozwiązywanie problemów technologicznych oraz oferowanie dostępnych w Łukasiewiczu produktów lub usług

### OBSZAR DZIAŁANIA

Sieć Badawcza Łukasiewicz oferuje instrument jakim są Wyzwania Łukasiewicza.

Przedsiębiorstwa, w tym polscy eksporterzy, wypełniając formularz na [www.lukasiewicz.gov.pl](http://www.lukasiewicz.gov.pl) opisują problem technologiczny, który może być rozwiązany na drodze realizacji projektu badawczo-rozwojowego lub dostarczenia gotowej usługi albo produktu. Łukasiewicz w ciągu 15 dni roboczych, bezpłatnie dostarcza alternatywne propozycje projektów podejmujących opisane wyzwanie, a także rekomenduje zespoły ekspertów i zaplecze aparaturowe do prowadzenia prac B+R. Czas ten skraca się, jeśli rozwiązaniem wyzwania jest gotowy, istniejący w Łukasiewiczu produkt lub usługa (np. ocena zgodności lub badań zgodnie z normami) i wynosi on 5 dni roboczych. Ponadto, w ramach Wyzwań Łukasiewicza istnieje możliwość zidentyfikowania potencjalnego źródła dofinansowania badań ze źródeł krajowych i zagranicznych. Eksperci Łukasiewicza wesprą także przygotowanie wniosków w zidentyfikowanych konkursach.

## ADRESACI DZIAŁAŃ

Każde przedsiębiorstwo, o dowolnej skali i strukturze właścicielskiej.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

Efektom jest bezpłatne przygotowanie propozycji prowadzenia prac B+R rozwiązujących problem technologiczny opisany w formie Wyzwania dla Łukasiewicza przez przedsiębiorcę, w tym eksportera. Dodatkowo Wyzwania Łukasiewicza umożliwiają również przygotowanie oferty dostępnych w Łukasiewiczu produktów lub usług (np. oceny zgodności lub badań zgodnie z normami).

Instrument jakim są Wyzwania Łukasiewicza umożliwia poprzez proponowanie konkurencyjnych rozwiązań na rynkach zagranicznych zwiększenie stopnia internacjonalizacji polskich firm. Ze swoimi problemami zgłaszają się również przedsiębiorstwa z sektora MŚP, dzięki czemu mogą przedstawiać atrakcyjną ofertę dla zagranicznego odbiorcy.

Wyzwania Łukasiewicza to unikatowe narzędzie opracowane w ramach Sieci Badawczej Łukasiewicz, które nie ma analogicznych rozwiązań w innych sieciach badawczych w Europie.

Celem utworzenia Wyzwań Łukasiewicza było połączenie potencjału jaki mają naukowcy zatrudnieni w instytutach Łukasiewicza z wyzwaniami przed jakimi stoją polscy przedsiębiorcy. A co za tym idzie, Sieć Badawcza Łukasiewicz pomaga w identyfikacji kompetencji, zespołów, infrastruktury i koncepcji do prowadzenia prac B+R oraz przedstawienie propozycji w ramach wspólnego projektu. Wsparcie obejmuje ponadto przygotowanie oferty dostępnych produktów i usług Łukasiewicza poszukiwanych przez firmy.

Koszty związane z funkcjonowaniem systemu Wyzwań Łukasiewicza są ponoszone przez Centrum Łukasiewicz, zaś partnerzy Łukasiewicza nie ponoszą kosztów związanych z opracowaniem propozycji w ramach Wyzwań Łukasiewicza. Sieć Badawcza Łukasiewicz na etapie przygotowania rozwiązań wspiera również pomocą przedsiębiorstwa w identyfikacji źródeł finansowania ze środków krajowych, środków UE, środków spoza UE.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Nabór na wnioski w Wyzwaniach Łukasiewicza prowadzony jest w trybie ciągłym od listopada 2019 r. i to działanie będzie kontynuowane. System Wyzwań wpisując się będzie w planowaną ścieżkę rozwoju eksportera, koordynowaną przez PAIH, i będzie istotnym elementem oferty dla przedsiębiorców na poszczególnych etapach tej ścieżki.

## ARP – informacje

Agencja Rozwoju Przemysłu S.A. za pomocą International Desk skupia i dystrybuje informacje na temat usług firm działających w ramach Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju, czyli PAIH, KUKE, PARP, BGK, Fundusz Ekspansji Zagranicznej PFR TFI.



ARP, w ramach Grupy Kapitałowej, zarządza obszernym portfolio spółek z wielu gałęzi gospodarki od konstrukcji stalowych, przemysłu maszynowego do gamingu i technologii kosmicznych.

Korzystając z usługi International Desk, przedsiębiorca może skorzystać z:

- ubezpieczenia eksportu w KUKE,
- z identyfikacji przez PAIH kontrahenta zagranicznego,
- wsparcia w rozwoju kompetencji i finansowania promocji zagranicznej w PARP,
- obsługi akredytyw i zabezpieczenia ryzyka kursowego w BGK,
- zaangażowania kapitałowego w ekspansję zagraniczną z Funduszu Ekspansji Zagranicznej PFR TFI oraz
- finansowania przez ARP S.A. zwiększenia mocy produkcyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem produkcji eksportowej.

ARP oferuje ponadto inwestorom zagranicznym obiekty przemysłowe oraz tereny inwestycyjne w swoich specjalnych strefach ekonomicznych – SSE EURO-PARK MIELEC i TSSE EURO-PARK WISŁOSAN oraz w Specjalnej Strefie Ekonomicznej „Starachowice”, gdzie jest większościowym udziałowcem, a także w parku przemysłowym EURO-PARK KOBIERZYCE.

ARP będzie wykorzystana jako kanał dystrybucji informacji o ofercie wsparcia eksporterów w szczególności oferowanych przez PAIH w ramach ścieżki rozwoju eksportera.

## MRiT – identyfikacja i eliminacja barier w dostępie do rynków zagranicznych

### OBSZAR DZIAŁANIA

Członkostwo w Unii Europejskiej oznacza możliwość korzystania ze swobód jednolitego rynku, w ten sposób umożliwiając funkcjonowanie polskich przedsiębiorców na rynkach poszczególnych państw członkowskich. Nasilające się w ostatnich latach tendencje protekcyjnistyczne prowadzą do powstania nowych barier. Jakkolwiek nie istnieją na rynku wewnętrznym UE bariery taryfowe przedsiębiorcy, w tym polscy, narażeni są na skutki barier pozataryfowych – nieuzasadnionych, nieproporcjonalnych lub dyskryminujących działań regulacyjnych lub administracyjnych, utrudniających firmom funkcjonowanie na danym rynku – nadmierna biurokracja, kontrole, potrzeba wyrabiania dodatkowych certyfikatów jakości, licencji, nadmierne wymogi w dostępności do zawodów, regulacje płacowe dot. pracowników delegowanych itp. Powodują one obniżenie konkurencyjności polskich przedsiębiorstw na rynku europejskim, wydłużenie procesu wejścia na rynek, wzrost kosztów bądź wycofanie się z rynku.

Sytuacja panująca obecnie na jednolitym rynku UE jest rzeczywiście wyjątkowo trudna. Do istniejących już wcześniej, szczególnie w Europie Zachodniej, protekcyjnistycznych barier doszły w 2020 r. utrudnienia związane z pandemią. Tymczasem jest oczywiste, że sprawnie funkcjonujący jednolity rynek to ogromna wartość, zwłaszcza wobec globalnej

konkurencji ze strony takich państw, jak USA czy Chiny. Współdziałanie przy odbudowie i eliminacji barier postrzegamy w tej chwili jako jedną z dróg wyjścia z obecnego kryzysu. Jest to z pewnością moment wymagający solidarności pomiędzy państwami członkowskimi.

Podejmujemy także działania mające na celu eliminację lub ograniczenie barier w dostępie do rynków pozaunijnych. Identyfikujemy je (ok. 1000 różnego rodzaju barier i przeszkód na rynkach ponad 80 krajów pozaunijnych), a następnie podejmujemy je dwutorowo: bilateralnie oraz poprzez UE, włączając w ten proces Komisję Europejską i doprowadzając do jej interwencji w sprawie najistotniejszych dla nas barier w relacjach z danymi krajami i na forach międzynarodowych (np. Światowej Organizacji Handlu – WTO).

## ADRESACI DZIAŁAŃ

Wszyscy przedsiębiorcy.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

Proces znoszenia barier jest długotrwały. Tym niemniej np. w ujęciu barier na rynkach pozaunijnych, w ostatnich kilku latach, doprowadziliśmy do zniesienia szeregu barier w handlu, o wartości sięgających setek milionów euro, jak chociażby uzyskanie zezwolenia na import mleka w proszku dla dzieci do Egiptu (o szacowanej wartości ok. 5 mln euro), odstąpienie przez Arabie Saudyjską od wprowadzenia restrykcyjnych wymogów i standardów w zakresie zawartości cukru w towarach rolno-spożywczych importowanych do tego kraju (o szacowanej wartości przeszło 60 mln euro), wycofanie się przez Arabię Saudyjską i Zjednoczone Emiraty Arabskie z zakazu w imporcie niektórych świetlówek fluorescencyjnych (o szacowanej wartości ok. 20 mln euro), wycofanie się Tunezji z licencji nieautomatycznych w imporcie licznych towarów, w tym polskich specjalności: towarów rolno-spożywczych, kosmetyków, tworzyw sztucznych, ubrań (o szacowanej wartości ok. 107 mln euro), czy otwarcie rynku Izraela na import polskich farmaceutyków, w tym leków weterynaryjnych.

Na wniosek Polski, KE regularnie włącza najważniejsze bariery dla polskiego eksportu do kluczowych barier dla całej UE (min. z USA, Chinami, Koreą Pd., Japonią, Tajlandią, Indonezją, Filipinami, Wietnamem, Kanadą, Algierią, Egiptem, RPA, Brazylią, Argentyną, Meksykiem itd.) i tym samym podejmuje ważne dla nas problemy w dostępie do rynków pozaunijnych, w relacjach bilateralnych z tymi krajami, jak również na forum organizacji międzynarodowych np. Światowej Organizacji Handlu (WTO).

## PLANOWANE DZIAŁANIA

- MRiT konsekwentnie będzie zabiegało o znoszenie wszelkich barier zarówno na rynkach UE, niezgodnych z czterema swobodami jednolitego rynku: wolnego przepływu towarów, usług, kapitału i ludzi a także sprzecznych z wolną i uczciwą konkurencją w Unii Europejskiej, jak i na rynkach pozaunijnych.
- Będziemy podejmowali interwencje w KE i poszczególnych państwach członkowskich w ścisłej współpracy z polskimi przedsiębiorcami, jak również z ich stowarzyszeniami i organizacjami branżowymi. Będziemy, jak dotychczas działać poprzez forum UE, jak i w kontaktach bilateralnych z krajami, których dany problem dotyczy.
- Zainicjowaliśmy tworzenie dwustronnych grup roboczych z kluczowymi partnerami, mających na celu identyfikację barier na Jednolitym Rynku i w konsekwencji działania na

rzecz ich redukcji (utworzono takie grupy między innymi z Niemcami i Francją). W miarę potrzeb, będziemy zabiegali o tworzenie takich grup z innymi krajami członkowskimi.

- Widzimy konieczność dalszego wzmocnienia współpracy z przedsiębiorcami i ich zrzeszeniami. Taki dialog jest prowadzony i będzie on kontynuowany. Równocześnie dostrzegamy potrzebę podnoszenia poziomu wiedzy o instrumentach, które mogą być wykorzystywane do znoszenia barier w handlu. Zorganizujemy cykl szkoleń w tym zakresie.
- W odniesieniu do rynków UE istotne znaczenie, w szczególności z punktu widzenia MŚP jest stworzenie sprawnie funkcjonującego systemu sygnalizacji barier i naruszeń regulacji dotyczących Wspólnego Rynku, a także oceny ich znaczenia. Zasygnalizowane bariery powinny być na bieżąco analizowane. Część z nich, związanych z wadliwą aplikacją prawa UE, powinna być eliminowana za pośrednictwem istniejących systemów współpracy pomiędzy Państwami członkowskimi (w tym SOLVIT) lub bezpośrednich interwencji prowadzonych przez MRiT. Bariery regulacyjne powinny być adresowane na poziomie prac legislacyjnych UE oraz w ramach kontaktów z Państwami Członkowskimi.
- Konieczna jest również dalsza uwaga i aktywność wszystkich zaangażowanych w prace legislacyjne na poziomie UE oraz interweniowanie w tych przypadkach, w których planowane regulacje mogą negatywnie wpływać na działalność polskich eksporterów. W działania tego zakresu należy włączać, w większym niż dotychczas zakresie samych przedsiębiorców i ich organizacje.
- Będziemy promować udział polskich przedsiębiorców w konsultacjach prowadzonych przez instytucje UE, w tym, między innymi poprzez wykorzystanie tzw „feedback mechanism” obsługiwanego przez ośrodki EEN (Enterprise Europe Network). Konieczne zwiększenie udziału polskich przedsiębiorców, w szczególności ich zrzeszeń, w zgłaszaniu stanowisk dot. planowanej legislacji w innych państwach członkowskich UE w ramach notyfikacji technicznej.
- Wszystkie zidentyfikowane bariery będą zaimplementowane do platformy Export Intelligence. Platforma będzie umożliwiała generowanie raportów dotyczących tego typu barier dla poszczególnych krajów lub branż. Wykazy tych barier będą także na bieżąco aktualizowane (zgodnie z otrzymywanymi informacjami).

W zakresie poprawy dostępu do rynków poza-UE istotne pozostaje kontynuowanie kompleksowych działań w zakresie wykorzystywania narzędzi polityki handlowej UE i WTO w kwestii polepszania warunków dostępu do rynków pozaunijnych dla towarów, inwestycji, usług, w tym poprzez odzwierciedlanie polskich interesów gospodarczych w ramach negocjacji preferencyjnych umów handlowych UE-kraje trzecie i korzystania z już zawartych, obniżania kosztów importu zaopatrzeniowego, ochrony rynku przed nieuczciwym importem, udziału w zamówieniach publicznych organizacji międzynarodowych, eliminacji barier w handlu i inwestycjach na rynkach zagranicznych.

Działania będą wpisywały się w planowaną ścieżkę rozwoju eksportera, koordynowaną przez PAIH – dystrybucja informacji o działaniach MRiT, MSZ, PARP i PAIH w tym obszarze.

## MRiT – udział w zamówieniach publicznych organizacji międzynarodowych

### OBSZAR DZIAŁANIA

Przetargi organizacji międzynarodowych (w tym międzynarodowych instytucji finansowych) obejmują dostawy towarów i świadczenie usług na rzecz samych organizacji np. żywność i towary rolne, odzież, sprzęt i usługi z sektora transportu, energii i górnictwa, sprzęt wojskowy, sprzęt i usługi IT, usługi konsultingowe, konferencyjne, graficzne, wydawnicze czy usługi remontowo-budowlane, a także projektów realizowanych pośrednio, np. w ramach pomocy rozwojowej (ODA).

Organizacje międzynarodowe zapewniają bezpieczeństwo płatności, promocję i nawiązywanie nowych kontaktów biznesowych, dywersyfikację zamówień, doskonałe referencje, terminowość przebiegu realizacji zadań, bardzo dobre i stabilne warunki finansowe, co przekłada się bezpośrednio na rozwój biznesu.

Do zamówień międzynarodowych zaliczamy także otwierający się rynek zamówień armii USA stacjonującej w Polsce i w Europie, zwłaszcza w zakresie rozwoju infrastruktury, obsługi, dostaw urządzeń i wyposażenia.

Ministerstwo Rozwoju i Technologii prowadzi od kilku lat działania promocyjno-informacyjne mające na celu zwiększenie udziału polskich firm w zamówieniach organizacji międzynarodowych:

- na stronach Ministerstwa publikowane są linki do serwisów na temat zamówień publicznych organizacji międzynarodowych, a także wybrane informacje o poszczególnych przetargach, pozyskane także w wyniku współpracy z międzynarodową bazą danych Kompass Public Tenders: <https://www.gov.pl/web/rozwoj-praca-technologia/miedzynarodowe-zamowienia-publiczne>;
- organizowane są lub współorganizowane szkolenia, warsztaty, seminaria i konferencje dotyczące możliwości udziału w przetargach organizacji Systemu Narodów Zjednoczonych, instytucji NATO, OECD, UE, Grupy Banku Światowego i banków rozwojowych czy zamówień armii USA. Są to wydarzenia poświęcone bezpośrednio zamówieniom publicznym, jak i prezentacje na rzeczony temat podczas spotkań branżowych;
- publikowane i aktualizowane są wydawnictwa poświęcone tematyce zamówień publicznych organizacji międzynarodowych, np. raport „Jak ubiegać się o zamówienia publiczne organizacji międzynarodowych? 15 historii sukcesu polskich firm.” Polityki Insight, który przedstawia przedsiębiorcom korzyści płynące ze współpracy z organizacjami międzynarodowymi, poparte przykładami sukcesów, przewodnik „Zostań dostawcą wojsk amerykańskich stacjonujących w Polsce”, który bardzo dokładnie wyjaśnienia procedury zamówień publicznych stosowanych przez armię amerykańską i krok po kroku opisuje sposób rejestracji firm w stosownych bazach danych, a także przybliży informacje na temat najczęstszych kategorii towarów i usług zamawianych przez amerykańskie bazy wojskowe, również „Analiza branż polskiej gospodarki i rynków perspektywicznych z punktu widzenia możliwości realizacji zamówień organizacji

międzynarodowych, jak również projektów ze wsparciem międzynarodowych instytucji finansowych”;

- od 2015 roku PARP opracowuje publikacje na temat przetargów zagranicznych i przetargów organizacji międzynarodowych (kluczowe opracowania i przewodniki), a także uruchomił Punktu Informacyjny: Międzynarodowe Zamówienia Publiczne. W ramach punktu organizowane są m.in. promocja ofert przetargowych, szkolenia, konsultacje w zakresie rejestracji w bazach dostawców organizacji międzynarodowych, spotkania w ramach sourcing days czy kojarzenie z dostawcami organizacji międzynarodowych;
- MRiT prowadzi również współpracę z PARP i Wielkopolską Grupą Prawniczą Kozłowski, Maźwa, Sendrowski i Wspólnicy Sp.k (zwycięzcy konkursu) przy realizacji projektu szkoleniowo-doradczego skierowanego do sektora MŚP, w zakresie międzynarodowych zamówień publicznych. Projekt współfinansowany ze środków programu UE POWER;
- w przypadku szkoleń z zakresu zamówień publicznych armii USA stacjonującej w Polsce, MRiT ogłasza corocznie przetarg na usługi szkoleniowe, obejmujące zarówno warsztaty, aktualizację publikacji i konsulting dla firm zarejestrowanych przeprowadzeniem rejestracji. W warsztatach uczestniczą także oficerowie zakupowi armii USA;
- w przypadku przetargów NATO skierowanych do przedsiębiorców, MRiT wydaje nominacje i deklaracje uprawnień, co jest warunkiem niezbędnym do otrzymania dokumentacji przetargowej, a także podpisania umów ramowych BOA (Basic Order Agreement) z NATO.

## ADRESACI DZIAŁAŃ

Wszyscy przedsiębiorcy.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

Organizacje międzynarodowe ogłaszają corocznie zamówienia publiczne o wartości ok. 60 mld USD. Tylko organizacje systemu ONZ ogłosiły w 2021 r. przetargi na kwotę blisko 30 mld USD (wzrost o 32% wobec roku 2020). Niestety, uczestnictwo firm polskich w przetargach organizacji i agencji międzynarodowych nadal jest na bardzo niskim poziomie. Wartość dostarczonych towarów i usług z Polski dla zamówień systemu Narodów Zjednoczonych wynosiła w 2021 r. zaledwie 0,02%, pomimo istotnego wzrostu liczby polskich firm zarejestrowanych w bazach potencjalnych dostawców ONZ – 926 firm, wobec 707 w 2020 r.. Polska znajduje się obecnie na 158 miejscu wśród 214 państw uczestniczących w przetargach ONZ.

Oprócz ONZ, zamówienia publiczne ogłaszane są przez takie organizacje, jak: Grupa Banku Światowego (21 mln USD w 2021 r. – wzrost o blisko 35%), OECD (135 mln USD rocznie), Międzynarodowy Czerwony Krzyż (1,8 mld USD), NATO, międzynarodowe instytucje finansowe – EBOR, EBI, ABII, ABR (180 mln USD) oraz inne wyspecjalizowane agencje międzynarodowe.

W przypadku zamówień publicznych armii USA stacjonującej w Polsce, nastąpił istotny wzrost liczby zarejestrowanych, potencjalnych dostawców – ze 130 firm w 2019 roku, do ponad 400 w 2022 r. Zwiększył się także udział firm wygrywających przetargi – przekroczył 10% (2021 r.)



## PLANOWANE DZIAŁANIA

Od 2020 r. obserwujemy bardzo istotny wzrost zainteresowania polskich przedsiębiorców udziałem w szkoleniach i pozyskaniem informacji na temat możliwości uczestnictwa w przetargach międzynarodowych. W związku z powyższym podejmowane są i będą następujące działania:

- koordynacja i organizacja szczegółowych szkoleń i warsztatów w tym zakresie, zarówno dla przedsiębiorców, jak i przedstawicieli administracji samorządowej (training for trainers);
- prezentacja możliwości biznesowych wynikających z udziału w przetargach organizacji międzynarodowych podczas wydarzeń biznesowych ogólnopolskich i regionalnych, targów, spotkań branżowych, spotkań izb gospodarczych, wydarzeń międzynarodowych, w mediach społecznościowych;
- współpraca z organizacjami międzynarodowymi w zakresie organizacji dedykowanych wydarzeń promujących możliwości współpracy (m.in. ONZ, Bank Światowy, poszczególne agencje NATO);
- poszerzenie zakresu informacji dostępnych na stronach MRiT, w tym wydzielenia także informacji o zamówieniach publicznych na rzecz Ukrainy i państw ją wspierających.

Działania będą wpisywały się w planowaną ścieżkę rozwoju eksportera, koordynowaną przez PAIH – dystrybucja informacji o działaniach MRiT w tym obszarze. Stanowiąc mogą także jeden z kanałów udziału firm w procesie odbudowy Ukrainy.

## MRiT – ochrona przed nieuczciwym importem

### OBSZAR DZIAŁANIA

MRiT wspiera przedsiębiorców w walce z nieuczciwym importem będąc w stałym kontakcie z Komisją Europejską, innymi państwami członkowskimi UE oraz przedsiębiorcami i ich organizacjami. Naszym zadaniem jest ochrona interesów polskiego przemysłu poprzez doprowadzenie do ustanowienia środków ochronnych przez UE (ang. Trade Defense Instruments- TDI) wobec dostawców pozaunijnych w przypadku stosowania nieuczciwych praktyk handlowych w postaci importu dumpingowanego lub nielegalnie subsydiowanego (cła antydumpingowe, antysubsydyjne, zobowiązania cenowe itp.).

### ADRESACI DZIAŁAŃ

Wszyscy przedsiębiorcy.

Wymagany jest jednak wniosek producentów UE lub zrzeszeń ich reprezentujących – złożony do KE, który musi obejmować min. 25% całkowitej produkcji UE danego towaru. Zazwyczaj, wymusza to zatem po stronie przedsiębiorców działania mając na celu znalezienie współwnioskodawców z innych państw UE.

### EFEKTY DZIAŁAŃ

Poprzez omawiane działania zapewniamy ochronę całym branżom. Dzięki tym wzmacniającym zasady uczciwej konkurencji w Unii Europejskiej, ochronione zostały

całe gałęzie polskiej produkcji np. produkcja rowerów – przemysłu, który obecnie święci sukcesy w eksporcie, produkując ponad 1 mln rowerów rocznie (3 miejsce w UE), zatrudniając ponad 5,5 tys. pracowników w ok. 50 firmach. Kolejnym przykładem może być zapewnienie ochrony polskim producentom nawozów, zatrudniającym ponad 15 tys. pracowników i kolejnych 60 tys. w przemyśle towarzyszących czy producentom płytek ceramicznych, zatrudniających ok 12 tys. pracowników. Są to tylko przykłady, ale pokazują one wagę takich działań. Aktualnie w mocy pozostaje ok. 80 unijnych środków ochronnych. Niezależnie od tego, nadal toczy się ok. 50 różnego rodzaju postępowań przeciwko nieuczciwym dostawcom z krajów pozaunijnych.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Działania te będą kontynuowane. Równocześnie dostrzegamy potrzebę podnoszenia poziomu wiedzy o środkach ochronnych. Zorganizujemy cykl szkoleń w tym zakresie.

Działania będą wpisywały się w planowaną ścieżkę rozwoju eksportera, koordynowaną przez PAIH – dystrybucja informacji o działaniach MRiT w tym obszarze.

# MRiT – obniżenie kosztów importu zaopatrzeniowego

## OBSZAR DZIAŁANIA

MRiT wspiera przedsiębiorców w obniżeniu kosztów importu zaopatrzeniowego komponentów i surowców, wykorzystywanych przez nich do produkcji wyrobów gotowych, eksportowanych na rynki zagraniczne. Naszym zadaniem jest doprowadzenie do uwzględnienia wniosków polskich firm o zawieszenie poboru unijnych ceł lub ustanowienie autonomicznych kontyngentów taryfowych, w przypadku gdy unijna produkcja jest niewystarczająca – prowadzimy te działania na forum UE. Przeciwdziałamy także wnioskom innych państw UE o zawieszenia ceł na produkty (surowce i komponenty), które sami produkujemy.

Procedura ubiegania się o modyfikację ochrony celnej jest sformalizowana i ujęta w procedurach KE. Na poziomie kraju 2 razy do roku tj. do końca czerwca i grudnia danego roku, przedsiębiorcy mogą składać do MRiT wnioski o ustanowienie zawieszce poboru ceł lub kontyngentów taryfowych. Na obecnym etapie cały ten proces przebiega elektronicznie i nie wymaga obecności producenta-wnioskodawcy w siedzibie ministerstwa. Wnioski są następnie analizowane w kraju i po pozytywnej opinii przekazywane do KE do dalszej analizy. Po akceptacji KE i krajów członkowskich UE, KE przygotowuje projekty odpowiednich rozporządzeń, które obejmują wnioskowane towary. Rozporządzenia wchodzi w życie z dniem 1 stycznia i 1 lipca danego roku. Co do zasady zawieszenia poboru ceł ustanawiane są na 5 lat, co daje gwarancję stabilności preferencyjnego importu. Natomiast autonomiczne kontyngenty taryfowe ustanawiane są na 1 rok z możliwością kontynuowania w kolejnych latach. Ograniczeniem ubiegania się o możliwość preferencyjnego importu (bezcłowy lub po obniżonych stawkach celnych) jest obecność unijnej produkcji danego towaru czy komponentu. W takim przypadku i w porozumieniu z danym producentem, możliwe jest ustanowienie

kontyngentu taryfowego, który stanowi uzupełnienie brakującej produkcji, w stosunku do zgłaszanych potrzeb.

## ADRESACI DZIAŁAŃ

Wszyscy przedsiębiorcy.

System zawieżeń poboru ceł/kontyngentów taryfowych jest dość dobrze znany polskim producentom. Zazwyczaj są to raczej duzi producenci, z uwagi na konieczność spełnienia wymogu znacznego importu. Wartość niezapłaconego cła musi przewyższać próg 15 000 euro w skali roku. MŚP ten próg rzadko przekraczają, co nie oznacza jednak, że nie mogą się ubiegać o preferencje celne w imporcie. Wówczas mogą próbować szukać współwnioskodawcy/współwnioskodawców i wspólnie ubiegać się o modyfikację ochrony celnej. Takie wspólne wnioski także są składane i realizowane.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

Łącznie do KE, od chwili akcesji Polski do UE, Polska złożyła 420 wniosków o modyfikację ochrony celnej. Do dnia 1 lipca 2022 r. – 213 wniosków jest lub było objętych zawieszzeniami poboru ceł/kontyngentami taryfowymi, a kolejne 22 wnioski, zostały zaakceptowane przez KE i państwa członkowskie UE oraz zostały włączone do regulacji taryfowych z dniem 1 stycznia 2023 r. Natomiast w ramach rundy do 1 lipca 2023 roku Polska prześle do KE 8 nowych wniosków o ustanowienie zawiesznień poboru ceł.

Praktyka pokazuje, że w dalszym ciągu, nawet przy powracającej do UE produkcji, konieczne jest korzystanie z importu zaopatrzeniowego. Umowy handlowe, choć w pewnym zakresie mogą już zabezpieczyć bezcłowy import, to nadal kierunkami cieszącymi się zainteresowaniem producentów pozostają te kraje, które posiadają dobrą bazę surowcową oraz tanie komponenty potrzebne do finalnej produkcji, a nie korzystające z preferencji traktatowych.

W ostatnich latach doprowadziliśmy do obniżenia unijnych ceł na import surowców i komponentów na potrzeby m.in. przemysłu: motoryzacyjnego, elektronicznego, chemicznego, hutniczego, sprzętu AGD. W ostatnich 5 latach, przedsiębiorcy odnieśli korzyści z tytułu zawieszenia ceł importowych na te wyroby szacowane na ok. 1 mld złotych.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Działania te prowadzimy na rzecz wszystkich polskich przedsiębiorców i będą one kontynuowane. Niemniej jednak dostrzegamy potrzebę podnoszenia poziomu wiedzy o możliwościach obniżenia kosztów importu zaopatrzeniowego. Zorganizujemy cykl szkoleń w tym zakresie.

Działania będą wpisowały się w planowaną ścieżkę rozwoju eksporterów, koordynowaną przez PAIH – dystrybucja informacji o działaniach MRiT w tym obszarze.

# MRiT – umowy o wolnym handlu



## OBSZAR DZIAŁANIA

MRiT prowadzi działania mające na celu odpowiednie zabezpieczenie interesu polskich przedsiębiorców w umowach o wolnym handlu (ang. *Free Trade Agreement* - FTA) zawieranych przez UE z krajami pozaunijnymi, zapewniając dostęp do rynków eksportowych dla polskich towarów i usług poprzez m.in. redukcję ceł, eliminację barier pozataryfowych, wprowadzanie ułatwień w prowadzeniu biznesu. Obecnie UE jest stroną ponad 40 umów o wolnym handlu z ponad 70 krajami pozaunijnymi.

Ostatnio weszły w życie umowy o wolnym handlu z Wielką Brytanią, Wietnamem, Singapurem, Japonią i Kanadą. Zakończono negocjacje z Nową Zelandią, Meksykiem, Chile, i krajami Mercosur (Brazylia, Argentyna, Paragwaj, Urugwaj). Kontynuowane są negocjacje z: Australią, Indiami, Indonezją, Tunezją, Filipinami, niektórymi krajami AKP (Kraje Afryki, Karaibów i Pacyfiku). Analizowana jest możliwość wznowienia negocjacji Malezją i Tajlandią, krajami Zatoki Perskiej oraz Egiptem. Być może w przyszłości możliwy będzie powrót w jakimś zakresie do zawieszonych negocjacji z USA.

## ADRESACI DZIAŁAŃ

Ogół polskich eksporterów, importerów i inwestorów.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

Wg szacunków KE, łącznie w 2020 r. wartość polskiego eksportu objętego preferencjami wynikającymi z umów o wolnym handlu (FTA) zawartych przez UE z krajami trzecimi wyniósł 6,7 mld EUR. Dzięki redukcji ceł wynikającej z FTA, polskie firmy w 2020 r. zaoszczędziły 567,4 mln EUR. Dodatkowo, obniżenie ceny towarów o wysokość zredukowanego cła poprawia ich konkurencyjność i doprowadziła od zwiększenia wolumenu eksportu. Wejście w życie FTA często powoduje również zmianę struktury handlu poprzez poszerzenie listy eksportowanych towarów i usług, które przed liberalizacją zasad dostępu do danego rynku nie były eksportowane.

Należy mieć także na uwadze, że duża część polskiego eksportu to części i komponenty wykorzystywane w produkcji eksportowej innych krajów unijnych, np. Niemiec, które zwiększając swój eksport w ramach umów o wolnym handlu, zwiększają równocześnie import komponentów do swojej produkcji.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Działania dotyczące umów o wolnym handlu obejmują dwa główne obszary: 1) negocjacje i ratyfikacja umów; 2) wdrażanie i monitorowanie przestrzegania ich postanowień. Działania w obydwu tych obszarach nieprzerwanie trwają.

### Wdrażanie i monitorowanie

Poza uwzględnianiem interesów polskich firm na etapie negocjacji równie ważnym elementem jest późniejsze wdrażanie postanowień i monitorowanie przestrzegania umów oraz upowszechnianie wiedzy nt. ich istnienia wśród przedsiębiorców.

Problem ten zauważyła także Komisja Europejska, która od 2017 roku publikuje raporty nt. wdrażania umów o wolnym handlu, a w 2020 r. stworzyła stanowisko głównego urzędnika ds. egzekwowania przepisów handlowych (*Chief Trade Enforcement Officer* - CTEO), którego celem jest maksymalizacja pozytywnych skutków zawartych umów oraz minimalizowanie barier w handlu. Zadania te są realizowane poprzez podejmowanie działań wdrażających w zakresie dostępu do rynku krajów-stron umów oraz w kwestiach

zobowiązań dot. zrównoważonego rozwoju. Niezbędna jest przy tym współpraca instytucji UE, państw członkowskich UE i innych interesariuszy.

### Wykorzystanie preferencji

Wg najnowszych danych udostępnionych przez KE średni wskaźnik wykorzystania preferencji (PUR) w polskim eksporcie do krajów-stron umów o wolnym handlu (FTA) w 2020 r. wyniósł 76%. Wynik ten mógłby być jeszcze lepszy gdyby przedsiębiorcy w pełni wykorzystywali preferencyjne stawki celne. Utracone oszczędności przedsiębiorców z tytułu cła (FDS) w 2020 r. wyniosły 159,3 mln EUR. Najwyższe utracone oszczędności z tytułu cła miały miejsce w sektorach: maszyn i urządzeń mechanicznych (37,1 mln EUR), sprzętu transportowego (27,1 mln EUR), zwierząt i produktów ze zwierząt (16,6 mln EUR), produktów chemicznych (15,7 mln EUR).

Może to oznaczać, że albo polscy eksporterzy lub importerzy polskich produktów w danym kraju nie wiedzą o możliwości skorzystania z preferencyjnych stawek celnych, albo celowo z nich rezygnują.

Badania problemu niskiego wykorzystania preferencji wynikających z umów o wolnych handlu przeprowadzone w UE pokazały, że firmy często wolały zapłacić wyższe cło niż zajmować się czasochłonną i uciążliwą procedurą administracyjną związaną z kwestiami reguł pochodzenia, które w wielu umowach handlowych UE są inne.

### Access2Markets

Dlatego też w celu ułatwienia korzystania z umów o wolnym handlu powstał portal Access2Market, który upowszechnia wiedzę nt. praktycznych elementów wynikających z umów, w szczególności wśród MŚP. Nowy portal wyposażony został w narzędzie ROSA, które pomaga przedsiębiorcom w samodzielnej ocenie spełniania kryteriów dot. reguł pochodzenia. Uruchomiony został także nowy system (*Single Entry Point* – SEP) zgłaszania problemów napotykanym przez przedsiębiorców w związku z dostępem do rynku lub nieprzestrzeganiem zobowiązań dot. handlu i zrównoważonego rozwoju wynikających z umów o wolnym handlu UE. Rozwiązanie to jest powiązane z portalem Access2Market. Narzędzie to pozwoli na sprawne rozpatrywanie sporów na gruncie umów o wolnym handlu.

Od uruchomienia bazy Access2Market w 2020 r. MRiT oraz PARP prowadzi intensywne działania szkoleniowe wśród polskich przedsiębiorców (przede wszystkim za pośrednictwem izb zrzeszających przedsiębiorców i regionalnych instytucji wsparcia biznesu) w zakresie funkcjonalności tej bazy. Podobne szkolenia organizuje także KE, w tym dedykowane specjalnie dla polskich przedsiębiorców.

Dostrzegamy problem niepełnego wykorzystywania umów o wolnym handlu wśród polskich przedsiębiorców. MRiT, jak również PARP, w ramach projektu Enterprise Europe Network angażuje się w działania promujące korzyści wynikające z umów handlowych wśród firm. W ostatnich latach zorganizowaliśmy szereg tego typu spotkań z przedstawicielami polskiego biznesu (w tym z udziałem KE) pokazując możliwości wynikające z unijnych środków handlowych.

Korzyści wynikające z umów o wolnym handlu są jednym z czynników, które mają wpływ na decyzję firm o obecności na konkretnym rynku zagranicznym.

Działania promujące wykorzystanie przez polskich przedsiębiorców umów o wolnym Handlu zawieranych na poziomie UE będą realizowane przez PARP i innych członków

sieci Enterprise Europe Network, także w ramach nowej perspektywy finansowej (2021-2027).

Także MRiT zorganizuje dalszy cykl szkoleń w tym zakresie.

Działania będą wpisywały się w planowaną ścieżkę rozwoju eksportera, koordynowaną przez PAIH – dystrybucja informacji o działaniach MRiT i PARP w tym obszarze.

# Promocja eksportu

## MRiT

### OBSZAR DZIAŁANIA

MRiT wdraża koncepcję marki polskiej gospodarki już prawie od 10 lat. Zdefiniowane cele promocji polskiej gospodarki na rynkach zagranicznych nadal pozostają aktualne:

- rewitalizacja koncepcji Marki Polskiej Gospodarki w kontekście wcześniej omawianych aspektów promocyjnych i zbudowanie jej rozpoznawalności w kraju i za granicą,
- wzrost międzynarodowej konkurencyjności polskiej gospodarki, która wspiera zagraniczną ekspansję polskich przedsiębiorstw, umocnienie pozycji Polski w gospodarce światowej, a także stymulowanie wzrostu eksportu przy jednoczesnej poprawie poziomu jego innowacyjności,
- realny wzrost zysków ze sprzedaży produktów i usług eksportowanych z Polski poprzez zbudowanie silnego i pozytywnego efektu marki kraju pochodzenia,
- wzmocnienie budowania świadomości narodowej marki Polska poprzez korelację marki narodowej i wybranych marek komercyjnych,
- wzmocnienie ekspansji gospodarczej polskich przedsiębiorstw na rynki perspektywiczne, wsparcie dywersyfikacji struktury geograficznej polskiego eksportu i inwestycji, w szczególności na kraje pozaeuropejskie, które jednocześnie charakteryzuje wyższy poziom ryzyka politycznego i handlowego,
- korzystne postrzeganie polskiego biznesu i polskich inwestorów na rynkach zagranicznych.

Instrumenty finansowe skierowane bezpośrednio do przedsiębiorców, uzupełnione są działaniami systemowymi MRiT, skupiają się na promocji całości branży i polegają na organizacji narodowych stoisk informacyjno-promocyjnych na największych i najbardziej prestiżowych wydarzeniach targowych w danej branży, jak również organizacji misji wyjazdowych polskich przedsiębiorców oraz misji przyjazdowych typu study tour dla zagranicznych dziennikarzy i kontrahentów, działaniach promocyjnych promujących branże w Internecie i mediach społecznościowych.

W perspektywie do 2030 roku skupiamy się na promocji 15 branż (budownictwa, elektroniki profesjonalnej, farmaceutyczny i wyrobów medycznych, ICT, kosmetyczny, lotniczo-kosmiczny, maszyn i urządzeń, meblarski, motoryzacyjny, pojazdów szynowych, przemysłu kreatywnego, statków specjalistycznych, jachtów i łodzi, wysokich technologii w obszarze bezpieczeństwa i towarów podwójnego zastosowania, zielonych technologii oraz spożywczy), które zostały zidentyfikowane jako perspektywiczne w eksporcie oraz mające największy potencjał do budowania pozytywnego wizerunku polskiej gospodarki.

## ADRESACI DZIAŁAŃ

- Przedsiębiorcy zaliczani do sektora MŚP.
- Regionalne/ branżowe instytucje otoczenia biznesu.

Odbiorcami działań promocyjnych będą następujące grupy docelowe:

- zagraniczni kontrahenci,
- opinia publiczna najważniejszych i najbardziej perspektywicznych partnerów gospodarczych Polski,
- przedstawiciele władz i organizacji przedsiębiorców (samorządu gospodarczego) z tych krajów,
- osoby kształtujące opinię o polskiej gospodarce (dziennikarze, komentatorzy, analitycy).

## EFEKTY DZIAŁAŃ

- Zwiększenie potencjału rozwojowego oraz wolumenu eksportu przedsiębiorstw reprezentujących sektory o najwyższym potencjale eksportowym.
- Zwiększenie liczby przedsiębiorstw prowadzących działalność eksportową na pozaeuropejskich rynkach perspektywicznych.
- Zwiększenie świadomości zagranicznych środowisk biznesowych nt. potencjału polskiej gospodarki.
- Poprawa warunków sprzyjających ekspansji przedsiębiorstw na rynkach międzynarodowych.
- Umocnienie pozytywnego wizerunku polskiej gospodarki (z wykorzystaniem idei Marki Polskiej Gospodarki).
- Zwiększenie rozpoznawalności polskich produktów za granicą.
- Zwiększenie zakresu promocji i obecności polskich marek produktowych w kanałach elektronicznych.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Przygotowywany w MRiT projekt Brand HUB stanowi kontynuację idei budowania na arenie międzynarodowej wizerunku kraju w oparciu o Markę Polskiej Gospodarki, wykorzystując jednocześnie potencjał eksportowy i innowacyjny polskich przedsiębiorców. Projekt będzie realizowany w ramach Programu Operacyjnego FENG.

Planowane w projekcie działania promocyjne mają za zadanie aktywizację i wykorzystanie potencjału eksportowego polskich MŚP, zwiększenie ich dostępu do tradycyjnych oraz perspektywicznych rynków, co w konsekwencji przyczyni się do uzyskania efektu skali, a także wpłynie na umocnienie wizerunku polskiej gospodarki na arenie międzynarodowej.

W ramach projektu przewiduje się długofalową promocję wybranych sektorów, dla których przygotowane zostaną długookresowe działania promocyjne dostosowane do specyfiki danego sektora. Działania promocyjne w ramach każdego sektorowego programu promocji będą obejmowały prezentację potencjału sektora podczas

kluczowych wydarzeń targowych, spotkania z potencjalnymi kontrahentami i misje wyjazdowe budujące relacje biznesowe MŚP, promocję w mediach.

Ważnym elementem projektu będzie wykorzystanie potencjału kanałów internetowych do podnoszenia kompetencji przedsiębiorców z zakresu e-eksportu i digitalizacji procesów eksportowych.

Harmonogram – II półrocze 2023 r. – 2029 r.

## MSZ

### OBSZAR DZIAŁANIA

Wspieranie i ochrona interesów polskich przedsiębiorstw za granicą pozostaje jednym z kluczowych zadań polskiej dyplomacji. Rolę Ministerstwa Spraw Zagranicznych w tym obszarze reguluje ustawa o działach administracji rządowej i definiuje ją jako dyplomację publiczną i kulturalną, a także wspieranie działań promujących polską gospodarkę, kulturę, język, turystykę, technikę i naukę, realizowanych w ramach innych działów.

W tym zakresie, instrumentem polityki zagranicznej państwa jest dyplomacja ekonomiczna. Jej celem jest wspieranie promocji gospodarki Polski oraz jej interesów gospodarczych zarówno w kontaktach dwustronnych, jak i wielostronnych z partnerami zagranicznymi. MSZ i placówki dyplomatyczne/konsularne promują polskie firmy, interweniują w przypadkach ich dyskryminacji, dostarczają wiedzy o funkcjonowaniu na danym rynku, prezentują warunki i klimat inwestycyjny w Polsce, zachęcając do lokowania kapitału w naszym kraju, a także wspierają współpracę technologiczną i naukowo-badawczą.

Głównym forum zaangażowania MSZ jest dialog polityczny – dwustronny i wielostronny, na poziomie centralnym, ale nierzadko i władz prowincji, stanu czy metropolii. Bardzo często angażuje on przedstawicieli sektorów uznawanych przez poszczególne państwa za strategiczne. Zarówno wizyty zagraniczne członków kierownictwa MSZ, jak i spotkania z delegacjami innych państw w kraju coraz częściej zawierają tzw. komponent gospodarczy – udział polskich firm, prezentacja ich oferty oraz spotkania z potencjalnymi partnerami zyskały swoje stałe miejsce w oficjalnych kontaktach zagranicznych.

W ramach dyplomacji ekonomicznej na rynkach zagranicznych MSZ koncentruje się na:

- promowaniu wizerunku Polski jako wiarygodnego partnera w kontaktach handlowych i inwestycyjnych, z gospodarką innowacyjną i zaawansowaną technologicznie (w szczególności w oparciu o analizę: sytuacji geopolitycznej państw/regionów, regulacji prawa międzynarodowego, możliwości wynikających z członkostwa w organizacjach i instytucjach międzynarodowych, a także aktualnego stanu relacji bilateralnych);
- ochronie praw i interesów polskich przedsiębiorców za granicą;
- inicjowaniu rozbudowy bazy traktatowej i tworzeniu przyjaznego otoczenia prawnego;
- pomocy w nawiązywaniu kontaktów z instytucjami administracji rządowej i lokalnej oraz partnerami biznesowymi w państwie akredytacji.



Priorytetowo traktowane jest wsparcie sektora zaawansowanych technologii. W ramach działań na rzecz zwiększenia w polskim eksporcie udziału towarów i usług wysokotechnologicznych, zainicjowano w MSZ prace nad przygotowaniem polskiej oferty sektorów: fintech, cybersec, smart city, dronów, zielonych technologii (w tym, wodnych), odnawialnych źródeł energii, agritechu i medtechu. Przygotowano – we współpracy z organizacjami otoczenia biznesu – bazę ofertową kilkuset polskich przedsiębiorstw, która służy promocji naszej myśli technologicznej i budowie wizerunku Polski jako dostawcy nowoczesnych technologii.

Zasadnicze znaczenie dla naszej aktywności dyplomatycznej ma utrzymywanie stałych kontaktów z przedsiębiorstwami i organizacjami samorządu gospodarczego. Służą one lepszemu poznaniu istniejących utrudnień i barier w wymianie międzynarodowej oraz w konsekwencji, zaproponowaniu adekwatnego wsparcia ze strony resortu spraw zagranicznych i podległej mu dyplomacji ekonomicznej (interwencje wobec przedstawicieli administracji rządowej za granicą, w tym w odniesieniu do przypadków nieprzestrzegania zobowiązań wynikających z umów i porozumień regulujących sferę międzynarodowego handlu i obrotu kapitałowego, propozycje modyfikacji istniejących instrumentów promocji i wspierania eksportu i inwestycji, uzupełnienie bazy traktatowej – umowy o unikaniu podwójnego opodatkowania, popieraniu i wzajemnej ochronie inwestycji, o współpracy gospodarczej). Temu celowi służy m.in. stały kanał komunikacji z przedsiębiorstwami zainteresowanymi aktywnością na rynkach zagranicznych – Rada Konsultacyjna ds. Zagranicznej Polityki Ekonomicznej przy Ministrze Spraw Zagranicznych. W jej skład wchodzi przedstawiciele organizacji samorządu gospodarczego, ekonomicznych ośrodków naukowo-analitycznych, uczelni ekonomicznych oraz takich instytucji jak Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A., Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Bank Gospodarstwa Krajowego, Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych S.A. czy Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa. Rada stanowi forum prezentacji opinii i wymiany informacji na temat kluczowych problemów ekonomicznych będących wyzwaniem dla polityki zagranicznej i dyplomacji ekonomicznej, a jednocześnie służy jako platforma omawiania działań i inicjatyw w sferze wspierania współpracy gospodarczej z zagranicą. W sierpniu 2022 r. podjęto decyzję<sup>1</sup> o rozszerzeniu składu, jak i podziale tego gremium na dwa zespoły: o charakterze konsultacyjno-doradczym i drugi ds. koordynacji działań w obszarze wspierania promocji polskiej gospodarki. Pierwszy z zespołów to w głównej mierze forum prezentacji opinii i wymiany informacji nt. kluczowych problemów będących wyzwaniem dla dyplomacji ekonomicznej jako integralnego instrumentu polityki zagranicznej państwa. Drugi, stanowi platformę omawiania konkretnych działań i inicjatyw w sferze wspierania współpracy gospodarczej z zagranicą.

W celu poprawy koordynacji współdziałania z instytucjami partnerskimi, szczególnie przy podejmowaniu wspólnie przedsięwzięć promocyjnych i organizacji zagranicznych wizyt oficjalnych, czy też spotkań i konsultacji z delegacjami zagranicznymi w kraju, zawarliśmy szereg porozumień regulujących zasady współpracy z ULC, PAIiH S.A., MRiT, PIE, KIG, GUS, PARS i RARS.

---

<sup>1</sup> Zarządzenie nr 35 Ministra Spraw Zagranicznych z dn. 3.08.2022r. zmieniające zarządzenie ws. powołania Rady Konsultacyjnej ds. Zagranicznej Polityki Ekonomicznej przez Ministra Spraw Zagranicznych (Dz. U. MSZ z dn. 30.08.2022r., poz. 46).

Zasadniczą przesłanką przyjęcia takich rozwiązań jest usprawnienie bieżącej roboczej współpracy z instytucjami i resortami, które MSZ i placówki zagraniczne wspierają w realizacji ich ustawowych zadań na rynkach zagranicznych.

## ADRESACI DZIAŁAŃ

MSZ ściśle współpracuje z coraz liczniejszą grupą przedsiębiorstw zainteresowanych rynkami zagranicznymi. Oferuje pomoc przy projektach wymagających kontaktów z administracją rządową, niejednokrotnie na szczeblach politycznych. Udziela wsparcia przedsiębiorcom zarówno w przypadku wybranych sektorów, jak i na każdym, realizowanym przez przedsiębiorców etapie ekspansji na rynki zagraniczne.

Oczekiwania przedsiębiorców w stosunku co do wsparcia dyplomatycznego mają zróżnicowany charakter. Są przedsiębiorstwa już aktywne na rynkach zagranicznych i potrzebują pomocy w przypadkach konkretnych transakcji handlowych, czy też przy realizacji projektów inwestycyjnych – szczególnie, gdy pojawiają się trudności bądź bariery w działalności na danym rynku. Jest także grupa przedsiębiorstw, które zaczynają interesować się poszukiwaniem partnerów do współpracy za granicą i w stosunku do nich formy pomocy mają zgoła odmienny zakres (podstawowe informacje o rynku, najważniejsze imprezy targowo-wystawiennicze, warunki działania, ramy instytucjonalno-prawne, zwyczaje, etc.). Generalnie, MSZ stara się wspierać i pomagać polskim producentom, eksporterom i inwestorom i ta działalność jest doceniana w głównej mierze na rynkach pozaeuropejskich.

Instrumenty dyplomacji ekonomicznej są na bieżąco dostosowywane do zmieniającej się sytuacji w gospodarce światowej oraz do ewoluujących potrzeb i oczekiwań polskich przedsiębiorstw, z uwzględnieniem różnorodnych form wsparcia na konkretnych rynkach. Obserwowane jest bowiem rosnące zainteresowanie polskich firm ekspansją na obszary o podwyższonym ryzyku politycznym i handlowym. Wzrost udziału wartości wymiany handlowej z krajami spoza Europy oznacza konieczność przełamania istniejących stereotypów w odniesieniu do tych rynków oraz potrzebę zintensyfikowanego wsparcia ze strony dyplomacji. W tej działalności, podejmowanej we współpracy z samorządem gospodarczym i agendami rządowymi, MSZ wykorzystuje wszelkie dostępne mechanizmy, instrumenty i programy wsparcia.

W tym kontekście trzeba podkreślić, że pod wpływem przeobrażeń naszego otoczenia i pojawiania się nowych wyzwań zmianom podlega także mapa polskiej dyplomacji. Od 2016 r. wznowiła działalność placówka w Senegal, otwarto ambasadę w Tanzanii, Panamie, na Malcie i w Mongolii oraz konsulaty generalne w Chengdu, Houston, Belfaście i Baltimore. Powstają kolejne konsulaty honorowe, poza tym powrócono do stałej obecności dyplomatycznej na Filipinach.

Ponadto, MSZ aktywnie włączyło się w proces tworzenia (w ramach ESDZ) unijnej dyplomacji ekonomicznej. Chcemy mieć wpływ na kształt tego nowego wymiaru polityki UE, tak aby jego cele były zgodne z polskim interesem gospodarczym oraz w perspektywie – przyniosły korzyści polskim przedsiębiorcom w ich ekspansji na rynki zagraniczne, szczególnie te pozaeuropejskie. Głównym celem dyplomacji ekonomicznej UE jest bowiem promocja interesów gospodarczych firm państw członkowskich na rynkach trzecich z uwzględnieniem zasady subsydiarności.



## EFEKTY DZIAŁAŃ

W 2021 r. MSZ udzielił wsparcia ponad 3 tys. polskich firm aktywnych na rynkach zagranicznych, z czego na Europę przypadło statystycznie ponad 45% naszych działań MSZ w tym obszarze. Oznacza to, że najważniejsze interesy gospodarcze (handlowe i inwestycyjne) realizowane są nadal na rynkach państw europejskich, w tym w głównej mierze w Unii Europejskiej. Warto odnotować również zainteresowanie przedsiębiorstw rynkami pozaeuropejskimi – w ubiegłym roku 585 firm skorzystało z pomocy placówek w regionie Azji i Pacyfiku, ponad 230 na obszarze państw byłego ZSRR, blisko 550 w regionie Afryki i Bliskiego Wschodu i 290 w obu Amerykach.

W kwietniu 2020 roku uruchomiono na portalu MSZ specjalną zakładkę – Anti-COVID Offer by Polish Business. Służy ona do zamieszczania ofert produktów i rozwiązań autorstwa polskich przedsiębiorców i naukowców, które są przydatne w przeciwdziałaniu pandemii i jej skutkom. Celem tej inicjatywy jest wsparcie rodzimego eksportu, bowiem - paradoksalnie - pandemia przyczyniła się również do powstania specyficznego nowego rynku i nowych możliwości eksportowych. Informacja o zakładce i zamieszczonych w niej ofertach została przekazana naszym placówkom dyplomatycznym i konsularnym, które promują te oferty na swoich stronach internetowych, w mediach społecznościowych, przede wszystkim w bezpośrednich kontaktach z partnerami instytucjonalnymi i korporacyjnymi w państwach swojej akredytacji.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Działania MSZ kierowane są w głównej mierze na rozwijanie współpracy gospodarczej z państwami pozaeuropejskimi i pomoc w nawiązywaniu kontaktów z partnerami z regionów Afryki, Bliskiego Wschodu, Azji oraz Ameryki Łacińskiej, które z reguły cechuje wyższy poziom ryzyka zarówno handlowego, jak i politycznego. Niejednokrotnie, określane są one jako tzw. rynki trudne (znaczną odległość geograficzną, niestabilne warunki podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej, niedostatki w zakresie aktualnej informacji handlowo-inwestycyjnej) oraz takie, gdzie rola administracji rządowej w sferze nawiązywania kontaktów gospodarczych pozostaje w dalszym ciągu czynnikiem kluczowym. W konsekwencji, wsparcie i pomoc ze strony dyplomacji są tam szczególnie oczekiwane i mają bez wątpienia zdecydowanie większe znaczenie niż w krajach europejskich, na których polscy przedsiębiorcy czują się relatywnie bezpieczni.

W dobie cyfryzacji i czwartej rewolucji przemysłowej, gdy skuteczna komercjalizacja innowacyjnych rozwiązań i technologii decyduje o przewagach konkurencyjnych gospodarek, promowanie na zagranicznych rynkach rodzimych firm o największym potencjale innowacyjnym nabiera szczególnego znaczenia. Takie ukierunkowanie sprzyja budowaniu marki i kreowaniu wizerunku Polski jako kraju innowacyjnego i otwartego na innowacje. Do priorytetowych obszarów, które aktywnie należy wspierać, zaliczają się m.in. rozwiązania i technologie dla tzw. inteligentnych miast, zarządzania zasobami wody, sektora finansów, cyber-bezpieczeństwa, utylizacji i przetwarzania odpadów, dronów, produkcji i przetwórstwa żywności, ochrony zdrowia czy przemysłu kosmicznego. W działaniach MSZ zostaną w sposób szczególny uwzględnione branże, o których mowa w niniejszym dokumencie.

## PAIH

### OBSZAR DZIAŁANIA

PAIH koordynuje udział polski w dużych wydarzeniach promocyjnych takich jak udział Polski w Wystawie Światowej Expo Dubaj 2020 czy Expo 2025 w Osace, Kansai. Organizuje dla przedsiębiorców spotkania B2B, misje biznesowe. Koordynuje udział w targach, organizuje stoiska narodowe, wirtualne wizyty lokalizacyjne, webinaria dla inwestorów - branżowe lub rynkowe, czy wirtualne ogłoszenia inwestycyjne.

### ADRESACI DZIAŁAŃ

Uczestnicy i zwiedzający Wystawę Światową i inne wystawy, czy targi, media zagraniczne, polscy eksporterzy, inwestorzy i potencjalni inwestorzy zagraniczni, potencjalni partnerzy handlowi.

### EFEKTY DZIAŁAŃ

W ramach działań związanych z marketingiem inwestycyjnym w trzech kwartałach 2022 r., Agencja zorganizowała i uczestniczyła łącznie w 26 wydarzeniach (w tym wirtualnych) w ramach których odbyły się 73 spotkania o charakterze marketingu inwestycyjnego. Dodatkowo 58 wizyt lokalizacyjnych i 48 spotkań w ramach opieki inwestycyjnej. W tym samym czasie ponad 490 zorganizowanych wydarzeń w Polsce i za granicą, których celem była promocja Polski, polskiego eksportu i polskich inwestycji za granicą. Dodatkowo zrealizowano ponad 60 wywiadów eksperckich, ponad 840 publikacji w mediach zainspirowanych przez PAIH oraz ponad 380 alertów rynkowych.

### PLANOWANE DZIAŁANIA

- Stworzenie nowoczesnej, „szytej na miarę” kampanii promocyjno-informacyjnej dostosowanej do odbiorców z poszczególnych rynków i branż; Wzrost rozpoznawalności PAIH jako „door openera” dla zagranicznych przedsiębiorców zainteresowanych rynkiem polskim.
- Opracowanie, w ramach nowego programu promocji marki Polski, działań promocyjnych podejmowanych w sposób uporządkowany przez poszczególne instytucje. Stworzenie dedykowanych kampanii promujących polskie branże na konkretnych rynkach zagranicznych.
- Opracowanie i realizacja kampanii promocyjno-informacyjnych na dane rynki z uwzględnieniem zarówno specyfiki branż jak i charakteru komunikacji dla zdefiniowanych grup odbiorców.

Harmonogram – koniec 2023 r.

## PARP

## OBSZAR DZIAŁANIA

Działania dotyczące promocji Marki Polskiej Gospodarki są realizowane przez PARP w partnerstwie z MRiT. PARP wdraża na zlecenie ministerstwa „Branżowy program promocji branży IT-ICT” oraz „Branżowy program promocji sprzętu medycznego”.

W ramach pierwszego z programów:

Od początku realizacji projektu, tj. od 2017 r., PARP zorganizowała stoiska informacyjno-promocyjne podczas 25 wydarzeń targowo-konferencyjnych w 10 krajach: w Stanach Zjednoczonych, Izraelu, Zjednoczonych Emiratach Arabskich, Japonii, Korei Płd., Brazylii, Niemczech, Hiszpanii, Portugalii i Austrii.

W ramach programu podejmowane są również działania promocyjne za pośrednictwem Internetu, mediów społecznościowych, a także przygotowane publikacje promujące polski sektor IT/ICT.

W ramach Branżowego programu promocji sprzętu medycznego PARP zorganizowała, dotychczas 7 narodowych stoisk na najważniejszych wydarzeniach branżowych w Europie, Azji i w Ameryce Północnej.

W ramach programu podejmowane są również działania promocyjne za pośrednictwem Internetu, mediów społecznościowych a także przygotowane publikacje promujące polski sektor sprzętu medycznego.

Pandemia Covid-19 w istotny sposób wpłynęła na zakres działań promocyjnych realizowanych przez Agencję. W ramach obu programów skupiono się na działaniach promocyjnych prowadzonych w Internecie, w tym m.in. do promocji przygotowanych publikacji i wydawnictw, a także na organizacji spotkań B2B w formie wirtualnej. Przykładowo do udziału w spotkaniach ITmatch – virtual IT/ICT cooperation day 2021 organizowanych przez Agencję zarejestrowało się 489 przedsiębiorców z 48 krajów. Działania prowadzone w Internecie są kontynuowane pomimo zniesienia restrykcji związanych z Pandemią Covid-19 w kolejnych latach. Przykładowo w wirtualnych spotkaniach „Med2Meet” organizowanych przez PARP w 2021 i 2022 r. uczestniczyło 270 przedsiębiorców, w tym 100 polskich firm.

Sytuacja pandemiczna wpłynęła negatywnie również na działania promujące Polską gospodarkę realizowane na dużych wydarzeniach międzynarodowych.

PARP realizowała takie działania, na zlecenie Ministerstwa Rozwoju i Technologii, podczas takich wydarzeń jak: Międzynarodowa Wystawa Expo w Astanie w 2017 r. (m.in. branża energetyczna, elektrotechniczna, budowlana, urządzeń górniczych), targi Medica 2018, Medica 2019, (branża urządzeń medycznych), targi Arab Health 2019 (branża urządzeń medycznych), Gamescom 2022 (gaming), w ramach działania przygotowano też szereg materiałów promocyjnych i informacyjnych w tym m.in. raport na temat branży gamingowej cieszący się dużą popularnością wśród zagranicznych odbiorców.

W 2021 realizowane były, we współpracy z PAIIH, działania podczas Światowej Wystawy Expo w Dubaju, oraz w 2022 podczas targów Gamescom w Kolonii.

PARP promuje również dorobek polskiej gospodarki w ramach realizowanych przez siebie projektów i działań bilateralnych, w szczególności finansowanych ze środków MSZ w ramach programu „Polska Pomoc”. Działania te są adresowane do organizacji otoczenia biznesu i przedsiębiorców z takich krajów jak: Ukraina i Gruzja. W ramach

zawartych przez siebie porozumień bilateralnych PARP realizowała także przedsięwzięcia informacyjne i szkoleniowe na Białorusi, w Azerbejdżanie, Mołdawii, Mongolii, Uzbekistanie.

## ADRESACI DZIAŁAŃ

Zagraniczni przedsiębiorcy, organizacje otoczenia biznesu. Partnerzy instytucjonalni (np. agencje innowacji, agencje rozwoju regionalnego, stowarzyszenia branżowe), dziennikarze.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

Efektym działań realizowanych przez PARP jest promocja branż kluczowych dla innowacyjności polskiej gospodarki w szczególności: branży IT/ICT oraz urządzeń medycznych.

W ramach działania zorganizowano ponad 32 stoiska narodowe na targach wystawienniczych, na których promowano ofertę ponad tysiąca polskich przedsiębiorców. Przygotowano również materiały informacyjne i promocyjne dotyczące tych branż, które były szeroko dystrybuowane wśród zagranicznych przedsiębiorców, organizacji otoczenia biznesu i dziennikarzy.

W ramach programów zorganizowano 3 wydarzenia międzynarodowe o charakterze wirtualnych giełd b2b, w których wzięło udział odpowiednio 292 firmy (giełda Med2meet) w 2021 oraz 270 firm w 2022 oraz 490 (ITMatch) z kilkudziesięciu krajów świata.

PARP posiada duże doświadczenie w realizacji przedsięwzięć i działań promocyjnych na rynkach międzynarodowych. Posiada też ugruntowaną pozycję i rozpoznawalność wśród przedsiębiorców o organizacji otoczenia biznesu. Jest w stanie dotrzeć ze swoją ofertą do dużej grupy polskich firm, jak również wesprzeć promocję ich marek wśród możliwie szerokiego kręgu odbiorców zagranicznych.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Cele na lata 2023-2029 zostaną określone w odniesieniu do alokowanych zasobów finansowych. Planowana jest organizacja co najmniej 12 wydarzeń promocyjnych rocznie na wybranych rynkach zagranicznych.

Działania będą finansowane z Programu Operacyjnego *Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki* – alokacja PARP.

Działania realizowane w ramach nowej perspektywy – koniec finansowej 2029 r.

# KOWR

## OBSZAR DZIAŁANIA

Przetwórstwo rolno-spożywcze zalicza się w Polsce do ważnych dziedzin gospodarki, zarówno pod względem rozmiarów produkcji towarowej, jak i liczby zakładów oraz poziomu zatrudnienia. Ponadto, polskie rolnictwo, jako dysponujące dużą powierzchnią użytków rolnych i dużymi zasobami siły roboczej, mimo tendencji spadkowej, zajmuje ważne miejsce w strukturze gospodarki żywnościowej Unii Europejskiej.

Potencjał produkcyjny i eksportowy polskiego sektora rolno-spożywczego jest bardzo duży, a polskie produkty żywnościowe skutecznie konkurują na rynkach światowych. Od lat odnotowujemy dodatni bilans handlowy w obrocie towarami spożywczymi. Potencjał ten potrzebuje jednak silnego wsparcia, aby zachować pozytywny trend. Zwiększające się zapotrzebowanie uczestników branży rolno-spożywczej na działania wspierające wymianę handlową z zagranicą, w szczególności wspierające eksport polskiej żywności, spowodowało konieczność poszerzenia zakresu wykorzystywanych narzędzi i środków.

Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa (KOWR) jest główną instytucją wdrażającą instrumenty promocji w sektorze rolno-spożywczym. Promocja zagraniczna realizowana jest przez KOWR pod wspólnym hasłem „Poland tastes good”, które ma jednoznacznie kojarzyć się z Polską oraz stanowić przekaz podkreślający walory polskiej żywności – tego, że jest ona wysokiej jakości, bezpieczna, różnorodna, czerpiąca z bogatej tradycji i jednocześnie innowacyjna oraz dostosowana do zmieniających się potrzeb konsumentów.

Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa realizuje działania w kierunku zwiększania eksportu oraz umacniania pozycji, rozpoznawalności i konkurencyjności oraz kształtowaniu pozytywnego wizerunku polskich produktów rolno-spożywczych (w tym produktów wysokiej jakości) na rynkach, na których polska żywność jest już obecna, jak również w celu zdobycia nowych perspektywicznych rynków zbytu (w tym w państwach trzecich o największym potencjale wzrostu).

W tym celu w ustawowym zakresie zadań KOWR przewidziano realizację działań mających na celu wspieranie rozwoju współpracy handlowej sektora rolno-spożywczego z zagranicą (na podstawie art. 9 ust. 2 pkt 17) ustawy z dnia 10 lutego 2017 r. o Krajowym Ośrodku Wsparcia Rolnictwa (Dz. U. z 2020 poz. 481, z późn. zm.). Działania te są realizowane między innymi poprzez organizowanie udziału uczestników tego sektora w przedsięwzięciach promocyjnych i informacyjnych w kraju oraz za granicą.

Wykorzystując dotychczasowe doświadczenia rynkowe, KOWR wyselekcjonował najbardziej efektywne formy działań informacyjno-promocyjnych, dzięki którym umożliwia szeroką obecność oferty eksportowej polskich przedsiębiorców branży rolno-spożywczej na rynkach zagranicznych. Tym samym KOWR wpływa na możliwości zwiększenia eksportu polskich produktów rolno-spożywczych poprzez wsparcie udziału przedsiębiorców w największych światowych imprezach targowych i wystawienniczych, organizację misji handlowych, dedykowanych spotkań biznesowych oraz szereg innych, wyspecjalizowanych działań promocyjnych. Działania te są realizowane przez KOWR na rynkach zagranicznych o przewidywanym największym potencjale wzrostu eksportu.

Zakres działań KOWR, wspierających wymianę handlową sektora rolno-spożywczego, obejmuje następujące obszary:

- działania promocyjne,
- działania informacyjne.

W ramach ww. obszarów KOWR prowadzi między innymi następujące działania:

- organizacja i obsługa stoisk narodowych i informacyjnych na zagranicznych targach i wystawach w wybranych krajach unijnych i trzecich, w trakcie pandemii COVID-19 także w formule hybrydowej lub wirtualnej,

- organizacja i obsługa zagranicznych misji handlowych dla polskich przedsiębiorców branży rolno-spożywczej, powiązanych z udziałem w targach w wybranych krajach,
- organizacja i obsługa spotkań biznesowych (typu B2B), także wirtualnych, z przedstawicielami zagranicznych przedsiębiorstw, potencjalnych kontrahentów oraz organizacji branżowych dla polskich przedsiębiorców branży rolno-spożywczej,
- organizacja i obsługa spotkań informacyjno-szkoleniowych dla polskich przedsiębiorców w kraju i za granicą w celu przedstawienia warunków prowadzenia biznesu i zwyczajów handlowych funkcjonujących na wybranych rynkach,
- organizacja i obsługa pokazów kulinarnych oraz degustacji polskich specjalności żywnościowych w kraju i za granicą, głównie na stoiskach narodowych organizowanych podczas targów i wystaw branży rolno-spożywczej,
- organizacja i obsługa multi- i bilateralnych spotkań, seminariów i konferencji w kraju i za granicą,
- organizacja i obsługa wizyt w Polsce zagranicznych delegacji biznesowych zainteresowanych zakupem polskich produktów rolno-spożywczych,
- organizacja i obsługa wizyt w Polsce zagranicznych dziennikarzy branżowych, oraz influencerów aktywnych w mediach społecznościowych w obszarze promowania żywności,
- organizacja wizyt polskich dziennikarzy i ekspertów za granicą,
- organizacja i obsługa spotkań z przedstawicielami polskich i zagranicznych organizacji branżowych sektora rolno-spożywczego w Polsce i poza granicami kraju,
- publikacja materiałów informacyjno-promocyjnych w zagranicznej prasie branżowej oraz w mediach społecznościowych w celu promowania polskiego sektora rolno-spożywczego oraz informowania o działaniach promocyjnych realizowanych przez KOWR na rynkach docelowych,
- organizacja działań promocyjno-informacyjnych we współpracy z innymi podmiotami krajowymi i zagranicznymi (administracja publiczna, organizacje branżowe, fundacje i stowarzyszenia, media, itp.), których celem będzie promocja Polski i polskiej żywności za granicą (w tym działania zlecone, patronaty, współorganizacja),
- druk broszur i folderów informacyjnych, ulotek, plakatów itp. promujących polską żywność, kuchnię i tradycję kulinarną oraz branżę rolno-spożywczą.

Ponadto KOWR uczestniczy w realizacji szeroko pojętych działań wspierających promocję produktów rolno-spożywczych w kraju oraz za granicą także poprzez:

- administrowanie 10 funduszami promocji produktów rolno-spożywczych utworzonych w celu wspierania marketingu rolnego, wzrostu spożycia oraz wzmocnienia wizerunku polskich produktów rolno-spożywczych,
- administrowanie programami prostymi wdrażanymi przez organizacje branżowe i/lub międzybranżowe w ramach mechanizmu WPR „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych”,
- prowadzenie działań promocyjno-informacyjnych na poziomie ogólnopolskim, regionalnym i lokalnym w celu popularyzacji żywności wysokiej jakości wytwarzanej w ramach uznawanych przez MRiRW systemów jakości i oznaczeń (w tym żywności



regionalnej, tradycyjnej i ekologicznej), a także zwiększenia spożycia żywności produkowanej w kraju, a przez to wzrostu konkurencyjności polskich produktów rolno-spożywczych (większość przeprowadzonych działań jest realizowana w oparciu o wykorzystanie znaku graficznego/hasła PRODUKT POLSKI i hasła „#Kupuj Świadomie” mających na celu zachęcanie społeczeństwa do czytania etykiet, podejmowania świadomych decyzji zakupowych oraz do patriotyzmu konsumenckiego. Promowane jest także oznaczenie „Polska smakuje”),

- wspieranie producentów rolnych przystępujących do systemów jakości oraz grup producentów realizujących inicjatywy informacyjne i promocyjne na rynku wewnętrznym w zakresie certyfikowanych produktów żywnościowych wysokiej jakości w ramach działania 3. „Systemy jakości produktów rolnych i środków spożywczych” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020.

## ADRESACI DZIAŁAŃ

Działania w zakresie promocji eksportu polskiej żywności są adresowane do następujących odbiorców:

- polscy przedsiębiorcy działający w sektorze rolno-spożywczym, w tym producenci, przetwórcy i eksporterzy,
- organizacje branżowe skupiające przedsiębiorców poszczególnych branż sektora rolno-spożywczego,
- instytucje administracji publicznej i samorządowej zajmujące się promocją eksportu,
- polskie placówki zagraniczne ds. gospodarczych, zaangażowane w promocję żywności,
- handlowcy, dystrybutorzy, importerzy, przedstawiciele sieci handlowych działający na wybranych rynkach i potencjalnie zainteresowani zakupem polskiej żywności,
- konsumenci oraz organizacje i stowarzyszenia konsumenckie z krajów docelowych,
- organizacje branżowe oraz izby handlowe działające w wybranych krajach,
- dziennikarze z mediów zagranicznych i krajowych,
- grupy opiniotwórcze.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

W 2021 r. kontynuowana była wzrostowa tendencja w eksporcie towarów rolno-spożywczych z Polski – od 2004 r. jego wartość wzrosła ponad 7-krotnie. W 2021 r. sprzedaż artykułów rolno-spożywczych za granicę osiągnęła nienotowany dotąd poziom 37,6 mld EUR, o ponad 3 mld EUR wyższy niż rok wcześniej (wzrost o 9,6% w porównaniu z rokiem 2020). Wzrost eksportu był wynikiem utrzymującego się popytu na polskie produkty, które pomimo rosnących cen w drugiej połowie 2021 r., były konkurencyjne na rynku międzynarodowym. Sprzedaż zagraniczną polskich produktów rolno-spożywczych wspierał korzystny dla krajowych przedsiębiorców kurs złotego względem euro oraz postępująca dywersyfikacja kierunków eksportu. Bardzo dobre wyniki eksportu były również rezultatem rosnącej aktywności gospodarczej polskich przedsiębiorców, właściwego przygotowania krajowych firm do funkcjonowania w warunkach pandemii i dostosowania oferty asortymentowej do zróżnicowanych preferencji konsumentów zagranicznych.

Jednocześnie import towarów rolno-spożywczych wyniósł 25 mld EUR i był o 10% wyższy niż przed rokiem. Dynamika wzrostu importu przewyższała tempo wzrostu eksportu, jednak dodatnie saldo wymiany handlowej zwiększyło się w porównaniu z 2020 r. o 8,9%, osiągając 12,6 mld EUR.

W 2021 r., podobnie jak w latach poprzednich, produkty rolno-spożywcze były eksportowane z Polski przede wszystkim na rynek unijny. Dostawy do krajów UE wygenerowały 27,4 mld EUR (spadek o 0,5%), co stanowiło 73% przychodów uzyskanych z eksportu towarów rolno-spożywczych ogółem.

Do krajów pozaunijnych w 2021 r. wyeksportowano z Polski produkty rolno-spożywcze o wartości 10,3 mld EUR wobec 6,8 mld EUR przed rokiem (wzrost o 50%).

W 2021 r. odnotowano obniżenie udziału wpływów uzyskanych ze sprzedaży zagranicznej artykułów rolno-spożywczych w polskim eksporcie ogółem. Udział ten osiągnął 13,1% wobec 14,3% w roku 2020. Na podkreślenie zasługuje fakt, że spadek udziału eksportu produktów rolno-spożywczych w krajowym eksporcie ogółem (głównie na rzecz towarów zaawansowanych technologicznie i dóbr konsumpcyjnych trwałego użytku) jest dla gospodarki narodowej zjawiskiem korzystnym, co przy zachowaniu wzrostowej tendencji wartości eksportu towarów rolno-spożywczych nie będzie niosło ze sobą negatywnych skutków dla sektora rolno-żywnościowego, lecz nadal wpływało na jego konkurencyjność, nowoczesność i dynamikę.

Rozwój eksportu poprzez zdobywanie nowych rynków zbytu, zwłaszcza spoza UE i pozyskiwanie nowych partnerów handlowych ma obecnie kluczowe znaczenie dla możliwości dalszego rozwoju polskich przedsiębiorstw sektora rolno-spożywczego. Niska elastyczność cenowa popytu oznacza, że wzrost efektywności, a co za tym idzie podaży powoduje, że zachodzą groźne dla rynku wahania cen, skutkujące spadkiem dochodów producentów rolnych. Eksport stanowi klucz dla utrzymania poziomu cen, a co za tym idzie dochodów producentów produkcji nastawionej na obrót towarowy. W trudnym procesie wprowadzania i utrzymania oferty na rynkach zagranicznych, polskie przedsiębiorstwa branży spożywczej potrzebują i oczekują wsparcia instytucjonalnego.

W przypadku produktów rolno-spożywczych istotną barierą w eksporcie do krajów trzecich są bariery pozataryfowe. Aby dany zakład mógł eksportować dany produkt do kraju trzeciego w wielu przypadkach musi zostać dopuszczony na ten rynek. Często kraj trzeci uzależnia uzyskanie uprawnienia do produkcji na rynek tego kraju od wyników kontroli przeprowadzonej przez inspekcję weterynaryjną i fitosanitarną tego właśnie kraju.

Od charakteru współpracy służb weterynaryjnych i fitosanitarnych obu krajów, Polski i kraju trzeciego, zależy sprawność przeprowadzenia całej tej procedury. Uzgodnienia na poziomie międzyrządowym dotyczące dopuszczenia produktów rolno-spożywczych na rynek importera zazwyczaj są procesem długotrwałym (wieloletnim) i wymagają zaangażowania nie tylko instytucji publicznych, ale także przedsiębiorców, którzy muszą wyrazić gotowość do poddania się zagranicznym audytom, w tym do poniesienia dodatkowych kosztów na niezbędne dostosowania. W wielu przypadkach nawet uzgodnione procedury podlegają zawieszeniu np. z powodu nieuznawania przez administrację kraju trzeciego regionalizacji występowania ptasiej grypy lub afrykańskiego pomoru świń (ASF).

Aby polscy producenci mogli konkurować z innymi państwami UE na rynkach takich, jak chiński, indyjski czy rynki afrykańskie, niezbędna jest dobra organizacja eksporterów oraz ujednoczenie oferty sprzedaży, która będzie gwarancją stabilności i jakości dostaw. Współpraca jest konieczna do wyeliminowania czy też ograniczenia konkurencji pomiędzy krajowymi producentami, dzięki czemu będą oni w stanie efektywniej konkurować na rynkach zagranicznych z dostawcami z innych kierunków.

W szczególności problem ten dotyczy rynku chińskiego - dopóki polscy producenci nie zwiększą wielkości partii jednorodnych produktów żywnościowych, jakie mogą jednorazowo zaoferować chińskim odbiorcom, dopóty możliwości rozwoju polskiego eksportu rolno-spożywczego do Chin będą mocno ograniczone. Uwaga ta ma zastosowanie także w odniesieniu do zwiększenia dostępu do wszystkich rynków krajów trzecich.

W przypadku polskich przedsiębiorców branży rolno-spożywczej w dużym stopniu mamy do czynienia z przedsiębiorcami z sektora MŚP, dla których łatwiejszym i mniej kosztownym rozwiązaniem jest sprzedawanie swoich produktów na rynku wewnętrznym UE pod markami własnymi odbiorców (tzw. private label). Skutkuje to w dwojaki sposób: z jednej strony ponad 80% polskiego eksportu rolno-spożywczego jest kierowane na rynki UE, przy czym z drugiej, w znacznym stopniu konsument niemiecki, francuski, czy czeski nie ma świadomości, że kupuje produkt polski. Ogromna sprzedaż na rynek unijny nie przekłada się na relatywnie wysoką rozpoznawalność polskich produktów.

Dywersyfikacja eksportu poza rynki unijne wymaga od polskich przedsiębiorców wysokich nakładów na działania promocyjne na tych rynkach i na podtrzymywanie potencjalnych relacji biznesowych. Biorąc pod uwagę różnice kulturowe w biznesie, w szczególności w krajach azjatyckich, arabskich i afrykańskich, potencjalny eksporter musi się liczyć z ponoszeniem nakładów przez dłuższy okres czasu zanim dojdzie do podpisania kontraktu.

Problemem jest także słaba rozpoznawalność Polski, jej gospodarki, kultury, w tym tradycji kulinarnej, na rynkach zagranicznych, co negatywnie wpływa na możliwość promocji polskich firm z branży rolno-spożywczej. Kuchnia włoska, francuska czy hiszpańska są doskonale rozpoznawalnymi markami na rynkach zagranicznych co niewątpliwie pomaga ich eksporterom w ekspansji zagranicznej.

Biorąc pod uwagę kluczową barierę dla rozwoju wymiany handlowej produktami rolno-spożywczymi (zwłaszcza nisko przetworzonych produktów pochodzenia zwierzęcego i roślinnego), tj. brak uzgodnionych świadectw weterynaryjnych i fitosanitarnych lub przedłużające się procedury uzgodnień, to za zasadne należy uznać rozszerzenie liczby placówek (stanowisk) dedykowanych sprawom rolnym umiejscowionych w krajach docelowych. Aktualnie Polska posiada radców rolnych m.in. przy polskich ambasadach w Pekinie, Abu Zabi, Moskwie, Berlinie, New Delhi i Pretorii. Dla przykładu Niemcy posiadają 15 radców rolnych, którzy obsługują łącznie 26 krajów na całym świecie, natomiast Holandia posiada radców rolnych w ponad 70 krajach.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Przerwanie łańcuchów dostaw spowodowane pandemią COVID-19 na świecie, jak i okresowa niestabilność sytuacji gospodarczej w różnych rejonach świata, powoduje konieczność poszukiwania nowych rynków zbytu dla polskiej żywności. Polska jest

jednym z największych producentów żywności w UE, jednak nasz potencjał w tej dziedzinie wciąż nie jest w pełni wykorzystany. Sukces polskiej branży rolno-spożywczej będzie zależeć w dużej mierze od atrakcyjności cenowej i jakościowej oferty polskich produktów na arenie międzynarodowej oraz umiejętności i kreatywności osób odpowiedzialnych za rozwój eksportu.

Jednocześnie większość aktualnych i potencjalnych eksporterów oczekuje silniejszego zaangażowania instytucji państwowych, samorządowych i otoczenia biznesu w dostarczaniu informacji o potencjalnych rynkach zbytu, wspieranie ich działalności na rynkach zagranicznych oraz ułatwienie dostępu do dofinansowania szeroko rozumianych działań proeksportowych.

Potrzeba zdobywania nowych rynków zbytu dla polskiej produkcji rolnej i spożywczej wymusza rozszerzanie instrumentów zapewniających skuteczną promocję branżową, której celem byłby wzrost sprzedaży polskich produktów rolnych, a w konsekwencji zdobycie i utrwalenie rynków zbytu. Warto zauważyć przy tym, że sektor produkcji żywności w Polsce cechuje się dużą nadwyżką eksportową przy jednoczesnym rozdrobnieniu produkcji, a tym samym ograniczoną liczbą silnych marek rozpoznawalnych na rynkach zagranicznych. Chcąc utrzymać pozytywne trendy w eksporcie polskiej żywności na rynki zagraniczne koniecznym jest stałe prowadzenie różnorodnych działań zarówno bezpośrednio przez producentów, jak również przez administrację publiczną, które wspierałyby ten eksport.

Za jeden z głównych ustawowych obszarów działania Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa należy uznać wspieranie polskich przedsiębiorców sektora rolno-spożywczego w rozwoju wymiany handlowej produktami żywnościowymi, ukierunkowany na zwiększenie poziomu eksportu tych produktów, co w rezultacie prowadzić będzie do wzmocnienia pozycji ekonomicznej poszczególnych przedsiębiorstw, jak i całej branży. Oprócz działań bezpośrednio wspierających przedsiębiorców, rolą KOWR jest także budowanie oraz wzmacnianie, w zależności od rynku, pozytywnego wizerunku Polski, polskiej branży specjalności żywnościowych oraz jej produktów eksportowych.

Realizowane przez KOWR działania wpisują się w zakres przewidzianych przez Światową Organizację Handlu (WTO) instrumentów wsparcia rolnictwa – tzw. kategoria zielona (ang. green box), zgodnie z załącznikiem nr 2 „Porozumienia w sprawie rolnictwa WTO”. W związku z tym działania te mają charakter perspektywiczny w kontekście ograniczania przez WTO możliwości stosowania przez państwa członkowskie tradycyjnych instrumentów wspierania eksportu, takich jak refundacje wywozowe czy bezpośrednie wsparcie cenowe.

Celem podejmowanych działań jest przyczynienie się w średnim i długim okresie do:

- rozszerzenia oferty asortymentowej skierowanej na eksport i zwiększenia w niej udziału produktów przetworzonych i wysoko przetworzonych w stosunku do udziału surowców i produkcji nisko przetworzonej,
- zwiększenia liczby nowych przedsiębiorstw wchodzących ze swoją ofertą na rynki zagraniczne, jak również zwiększenia skali sprzedaży przedsiębiorstw mających już doświadczenie w działalności eksportowej,
- wzmacnianie pozytywnego wizerunku polskich branż rolno-spożywczych pod wspólnym hasłem „Poland tastes good” na rynkach, gdzie polska żywność jest już obecna

oraz wykreowanie i zwiększanie rozpoznawalności polskiej żywności, jako smacznej, zdrowej i reprezentującej wysokie standardy jakości na nowych perspektywicznych rynkach zbytu,

- wzrostu wolumenu i wartości eksportu polskich produktów rolno-spożywczych.

W krótszej perspektywie KOWR będzie także kontynuować działania w celu zapewnienia przedsiębiorcom:

- możliwości skorzystania z szerokiej oferty działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach zagranicznych,
- dostępu do wiarygodnych informacji i analiz rynkowych obejmujących rynki docelowe,
- możliwości pozyskania informacji o dostępnych instrumentach pomocy finansowej (unijnej oraz krajowej) oraz wsparcia w ubieganiu się o dofinansowanie prowadzonej działalności proeksportowej.

Ponadto KOWR będzie aktywnie kontynuował działania na rzecz dotarcia ze swoją ofertą wsparcia do jak najliczniejszej grupy podmiotów reprezentujących sektor rolno-spożywczy, jak również będzie dążyć do zapewnienia wysokich standardów współpracy i obsługi poprzez stałe rozwijanie kompetencji i kwalifikacji swoich pracowników.

Działania te będą miały na celu:

- zintensyfikowanie wysiłków dyplomatycznych w relacjach dwustronnych z krajami, których rynki są nadal zamknięte dla polskich produktów rolno-spożywczych, m.in. poprzez organizację wizyt polskich delegacji wysokiego szczebla w tych krajach,
- uruchomienie kampanii promującej Polskę, polską gospodarkę, kulturę i tradycje, w tym kulinarne, mającej za zadanie budowanie wizerunku i zwiększenie rozpoznawalności wśród zagranicznych konsumentów, biznesu i grup opiniotwórczych,
- zintensyfikowanie działań informacyjno-szkoleniowych dla przedsiębiorców MŚP z zakresu internacjonalizacji, marketingu, promocji i uwarunkowań biznesowych i kulturowych w krajach trzecich,
- zintensyfikowanie działań na rzecz promocji polskiej oferty eksportowej – organizacja pawilonów narodowych na targach, misji handlowych, sesji match-makingowych, sesji pitchingowych oraz misji przyjazdowych zagranicznych importerów.

Działania promocyjno-informacyjne są przez KOWR realizowane na bieżąco zgodnie z corocznie zatwierdzanymi przez MRiRW planami zagranicznych działań promocyjnych KOWR.

## POT

### OBSZAR DZIAŁANIA

Polska Organizacja Turystyczna – realizując zadania określone ustawą o Polskiej Organizacji Turystycznej – podejmuje następujące działania na rzecz eksportu usług turystycznych:



- promuje Polskę za granicą jako kraj atrakcyjny dla turystów – nowoczesny, z wysokimi standardami usług i korzystnymi cenami;
- organizuje stoiska narodowe na największych zagranicznych targach turystycznych, na których wystawcami są przedstawiciele branży turystycznej;
- organizuje warsztaty branżowe, podczas których polscy przedstawiciele branży turystycznej nawiązują kontakty handlowe z zagranicznymi partnerami;
- zaprasza na wizyty studyjne zagranicznych touroperatorów w celu zaprezentowania Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie, co znajduje odzwierciedlenie w ofertach wyjazdów do naszego kraju;
- wydaje materiały promocyjno-informacyjne które prezentują walory turystyczne miast i regionów, nowoczesną infrastrukturę noclegową, konferencyjną i kongresową, atrakcje turystyczne, uzdrowiska, a także dostarczają inne informacje, które interesują potencjalnego turystę; materiały wydawane są w wielu wersjach językowych
- prowadzi Narodowy Portal Turystyczny polska.travel w 24 wersjach językowych jako część Polskiego Systemu Informacji Turystycznej (PSIT);
- prowadzi Poland Convention Bureau, którego celem jest zwiększenie popularności Polski jako miejsca organizacji kongresów, konferencji i podróży motywacyjnych (incentive travel).

Celem działań POT jest zachęcenie jak największej liczby zagranicznych turystów do odwiedzenia Polski, a więc wspieranie eksportu usług turystycznych – wydatki turystów zagranicznych w Polsce wyniosły w 2019 r. 9,8 mld USD.

Polska Organizacja Turystyczna także realizuje Branżowy Program Promocji dla sektora usług prozdrowotnych w ramach wdrażania poddziałania 3.3.2: Promocja gospodarki w oparciu o polskie marki produktowe – Marka Polskiej Gospodarki Brand zgodnie z umową nr II/559/P/50005/200/DPE/16 z dnia 20 września 2016 r. Działania współfinansowane są ze środków UE.

Zgodnie z założeniami przedmiotowego programu nadrzędnym celem jest promocja polskiego sektora usług prozdrowotnych na wybranych rynkach zagranicznych (Zjednoczone Emiraty Arabskie, Arabia Saudyjska, Azerbejdżan, Kazachstan, Wielka Brytania, Niemcy, Szwecja, Rosja (tu działania zawieszono), Ukraina, Węgry, Czechy). W procesie realizacji przedsięwzięcia wykorzystywano dotychczas takie narzędzia marketingowe jak: targi, misje przyjazdowe, warsztaty branżowe, kampanię promocyjną w Internecie i w mediach społecznościowych, publikację wydawnictw. Do istotnych zadań należała również organizacja podróży studyjnych dla zagranicznych dziennikarzy i potencjalnych kontrahentów, zakup raportów i usług eksperckich na potrzeby branży, wydanie profesjonalnego folderu tematycznego oraz opracowanie i produkcja filmu promującego polskie usługi prozdrowotne.

POT realizuje zadania w obszarze działań promocyjnych związanych z organizacją narodowych stoisk informacyjno-promocyjnych podczas istotnych wydarzeń branżowych. Imprezy targowe to sprawdzona forma promocji i propagowania informacji o usługach prozdrowotnych świadczonych w Polsce, umożliwiającą dotarcie do licznego grona odbiorców i określonych grup docelowych. Powyższe skutkuje wzrostem zainteresowania naszym krajem jako ciekawą destynacją szeroko rozumianej turystyki prozdrowotnej.



## ADRESACI DZIAŁAŃ

Działania POT za granicą są adresowane zarówno do potencjalnych turystów, czyli bezpośrednich konsumentów (komunikacja B2C) oraz do przedsiębiorców (B2B).

Działania promocyjne prowadzone są przez 13 Zagranicznych Ośrodków POT (zgodnie ze statutami), w krajach sąsiedzkich nie objętych działalnością ZOPOT – w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech oraz na wybranych rynkach dalekich m.in. w krajach Zatoki Perskiej. W Czechach, na Węgrzech i w Izraelu planowane jest utworzenie stałych przedstawicielstw POT (ZOPOT), przy czym ośrodek w Czechach będzie odpowiadał także za promocję na rynku słowackim. Odbiorcami/beneficjentami działań POT w Polsce jest szeroko rozumiana branża turystyczna, m.in.: biura podróży (touroperatorzy), obiekty noclegowe, gastronomia, przewoźnicy, atrakcje turystyczne, uzdrowiska oraz obiekty z segmentu spa i wellness.

Program branżowy skierowany jest tylko do przedsiębiorców promujących produkty i usługi prozdrowotne, w tym medyczne, uzdrowiskowe oraz wellness & spa.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

Program branżowy

- Promocja polskich przedsiębiorców poprzez organizację narodowych stoisk informacyjno-promocyjnych na najważniejszych międzynarodowych targach branżowych.

Na imprezach targowych POT udostępniała wspólną przestrzeń do spotkań biznesowych z potencjalnymi kontrahentami, umożliwiała przedsiębiorcom wyeksponowanie materiałów informacyjno-promocyjnych oraz wyświetlenie prezentacji i filmów reklamowych na urządzeniach multimedialnych, zapewniała obecność eksperta udzielającego informacji o tematyce prozdrowotnej, a także atrakcje mające na celu zwrócenie uwagi osób odwiedzających na turystykę prozdrowotną w Polsce. Uczestnicy targów samodzielnie nawiązywali kontakty handlowe, natomiast rolą POT było wzbudzenie zainteresowania odwiedzających możliwościami, jakie oferuje Polska pod względem usług prozdrowotnych przez pryzmat wybranych kategorii usługowych (usługi medyczne/wellness/spa/uzdrowiska).

- Promocja polskich przedsiębiorców poprzez organizację przyjazdowych misji gospodarczej (wizyt studyjnych) dla potencjalnych kontrahentów oraz dziennikarzy działających na jednym z rynków perspektywicznych.

Do udziału w misjach zapraszani byli przedsiębiorcy lub dziennikarze, reprezentujący wydawnictwa branżowe, ogólnokrajowe, radio, telewizję lub media elektroniczne. Przygotowując program misji uwzględnialiśmy sugestie naszych gości – bezpośrednie połączenia, tematyka, dopasowując termin do odbywających się kongresów, konferencji, targów odpowiadających branży reprezentowanej przez uczestników misji. Podmioty z Polski, z którymi zorganizowane zostały spotkania, podczas pobytu uczestników misji, odpowiadały profilowi zainteresowań, a ich lokalizacja pozwalała na komfortowe rozplanowanie podróży. Poza obowiązkowym programem spotkań i prezentacji oferty uczestnicy misji mieli możliwość poznania walorów turystycznych Polski – program przygotowywany był we współpracy z lokalnymi i regionalnymi organizacjami turystycznymi. Efektem przedsięwzięcia było nawiązanie kontaktów przedsiębiorcy z kontrahentem, artykuł prasowy, radiowy, film promocyjny zamieszczony w mediach lub na portalach społecznościowych.

## Działania pro exportowe POT

W 2021 r. w ramach prowadzonych działań pro eksportowych m.in. zorganizowano 28 Polskich Stoisk Narodowych na międzynarodowych targach turystycznych i turystyki biznesowej, przeprowadzono warsztaty branżowe i prezentacje, zorganizowano podróże studyjne dla 210 touroperatorów, uruchomiono narzędzie on-line Destiantion Poland oraz w ramach Poland Online Site Inspection – Incentive & Inspiration i Hybrid Meetings & Virtual Events. Kontynuowano programy Ambasadorzy Kongresów Polskich, Mecenasi Kongresów Polskich, Rekomendacji Organizatorów Kongresów i Rekomendacji Organizatorów Podróży Motywacyjnych. Prowadzono także działania z wykorzystaniem mediów branżowych.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

### Planowane działania pro exportowe POT

- Realizacja Polskich Stoisk Narodowych na targach turystycznych, specjalistycznych i przemysłu spotkań.
- Organizacja warsztatów dla przedstawicieli zagranicznej branży turystycznej w Polsce, których celem jest zapoznanie się z ofertą turystyczną polskiej branży turystycznej.
- Udział w warsztatach branżowych na rynkach zagranicznych przedstawicieli polskiej branży turystycznej.
- Kontynuacja programu Ambasadorów Kongresów Polskich. którego celem jest wsparcie promocji Polski jako miejsca organizacji wydarzeń kongresowych i konferencyjnych przez stowarzyszenia naukowe i branżowe.
- Realizacja podróży studyjnych dla przedstawicieli zagranicznej branży turystycznej.
- Promocja i informacja z wykorzystaniem kanałów komunikacji online, a w szczególności dystrybucja newsletterów do przedstawicieli zagranicznej branży turystycznej, dedykowane B2B kampanie promocyjne, współpraca z mediami branżowymi.

## BGK

### OBSZAR DZIAŁANIA

W 2018 roku BGK rozpoczął działania związane z tworzeniem przedstawicielstw BGK za granicą. Celem ich funkcjonowania jest przede wszystkim: promocja polskiej gospodarki i strategii rozwoju na arenie międzynarodowej, przekazywana do regulatorów i instytucji finansowych, wsparcie polskich przedsiębiorstw w ekspansji zagranicznej, a także aktywny udział w procesie tworzenia i zmian międzynarodowych aktów prawnych. Bank ma już swoje przedstawicielstwa w Londynie, Frankfurt nad Menem, Brukseli i Amsterdamie. BGK poprzez sieć międzynarodowych przedstawicielstw wzmacnia wiedzę oraz świadomość wśród inwestorów zagranicznych o możliwościach inwestycyjnych oraz konkurencyjności polskiej gospodarki.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

BGK za pośrednictwem Przedstawicielstw planuje działania zmierzające do nawiązania i pogłębienia kontaktów bezpośrednich z instytucjami finansowymi, inwestorami oraz innymi podmiotami z sektora finansów takimi jak banki rozwoju oraz instytucje regulacyjne czy instytucje otoczenia biznesu. Bank za pośrednictwem Przedstawicielstw będzie kontynuował działania promocyjne prezentujące potencjał inwestycyjny Polski oraz podejmował inicjatywy wspierające polskich eksporterów oraz firmy poszukujące możliwości inwestycji za granicą.

## POLSA

### OBSZAR DZIAŁANIA

Polska Agencja Kosmiczna (POLSA) powstała na mocy ustawy z 26 września 2014 r. Jej zadaniem jest wspieranie rozwoju polskiego sektora kosmicznego, w tym poprzez łączenie świata biznesu, nauki i administracji. POLSA prowadzi szereg działań wynikających z zapisów Polskiej Strategii Kosmicznej (PSK) przyjętej przez Rząd RP w 2017 r. związanych ze wsparciem konkurencyjności krajowych podmiotów na rynkach zagranicznych, rozwojem wykorzystania danych satelitarnych, zwłaszcza przez administrację publiczną oraz umożliwieniem dostępu do infrastruktury satelitarnej dla zaspokojenia krajowych potrzeb, w tym w obszarze bezpieczeństwa i obronności. POLSA uczestniczy w przygotowaniu i implementacji Krajowego Programu Kosmicznego, który będzie oferował zestaw narzędzi do realizacji celów Polskiej Strategii Kosmicznej.

Polska Agencja Kosmiczna aktywnie współpracuje z organizacjami międzynarodowymi. Od kilku lat polski sektor kosmiczny bardzo dynamicznie się rozwija, do czego w znacznym stopniu przyczyniło się członkostwo – od 2012 r. – Rzeczypospolitej Polskiej w Europejskiej Agencji Kosmicznej – ESA<sup>2</sup>, co dało ogromny impuls dla krajowych podmiotów, w tym przede wszystkim w działalności eksportowej. Ponadto, POLSA wspiera działania eksportowe we współpracy z KE, w szczególności w ramach programu Horizon Europe (wcześniej Horizon 2020), EUSPA, EUMETSAT, ESO i innych organizacji. Ponadto, POLSA prowadzi współpracę bilateralną z agencjami kosmicznymi innych krajów, w tym z NASA.

POLSA realizuje szereg działań informacyjno-promocyjnych, w tym poprzez organizację udziału polskich podmiotów w kluczowych branżowych imprezach targowo-wystawienniczych, m.in. International Astronautical Congress (IAC), Space Tech Expo, ESA Industry Space Days.

POLSA prowadzi także działalność doradczą poprzez indywidualne konsultacje z podmiotami sektora, szkoleniową poprzez organizację specjalistycznych warsztatów,

<sup>2</sup> Rzeczpospolita Polska przystąpiła do ESA umową pomiędzy Rządem Rzeczypospolitej Polskiej a Europejską Agencją Kosmiczną w sprawie przystąpienia Polski do Konwencji o utworzeniu Europejskiej Agencji Kosmicznej i związanych z tym warunkami, podpisaną w Warszawie dnia 31 lipca 2012 r. (Dz. U. z 2013 r. poz. 61 oraz z 2017 r. poz. 261).

seminariów i konferencji oraz informacyjno-promocyjną, w tym w mediach społecznościowych.

### ADRESACI DZIAŁAŃ

Podmioty polskiego sektora kosmicznego: przedsiębiorstwa, w tym MŚP, instytucje tworzące system szkolnictwa wyższego i nauki, administracja publiczna, instytucje otoczenia biznesu, organizacje non-profit i pozostali interesariusze.

### EFEKTY DZIAŁAŃ

Polskie podmioty sektora kosmicznego w coraz większym stopniu włączają się w europejski łańcuch dostaw związany z członkostwem Polski w Europejskiej Agencji Kosmicznej (ESA).

Rośnie udział polskich eksporterów w kontraktach Komisji Europejskiej oraz innych organizacji międzynarodowych, w tym EUSPA, EUMETSAT, ESO. Coraz więcej podmiotów realizuje dostawę towarów lub usług na rzecz podmiotów komercyjnych z Europy.

### PLANOWANE DZIAŁANIA

POLSA planuje działania wynikające z Polskiej Strategii Kosmicznej (PSK), w tym w szczególności wdrażanie obecnie opracowywanego Krajowego Programu Kosmicznego (KPK).

Krajowy Program Kosmiczny jako jeden z kluczowych instrumentów realizacji Polskiej Strategii Kosmicznej jest jednocześnie jednym z kierunków interwencji w ramach celu szczegółowego Nr 1 PSK „Wzrost konkurencyjności polskiego sektora kosmicznego i zwiększenie jego udziału w obrotach europejskiego sektora kosmicznego”.

Ponadto, POLSA planuje kontynuację dotychczasowych działań.

## Sieć Badawcza Łukasiewicz

### OBSZAR DZIAŁANIA

Sieć Badawcza Łukasiewicz prowadzi program Akceleratora Łukasiewicza. Jest to program wspierający rozwój przedsiębiorczości naukowców z Instytutów Łukasiewicza. Oferuje kompleksowe warsztaty podnoszące umiejętności w zakresie budowania, rozwoju i prowadzenia biznesu w ramach inkubacji oraz wsparcie mentorów i ekspertów w procesie akceleracji zespołów zmierzających do założenia spółki kapitałowej – startupu. Efektem końcowym programu jest tworzenie spółek, które rozwijają produkty lub usługę opartą na własności intelektualnej wytworzonej w instytucie z zamiarem wprowadzenia ich na rynek zarówno Polski jak i zagraniczny.

Celem jest wsparcie startupów w poszukiwaniu inwestorów instytucjonalnych, branżowych oraz prywatnych, w tym również zagranicznych, jak również wsparcia w rozwoju technologii ze środków krajowych, środków UE i spoza UE.

Rodzaj jak i kwota poszukiwanej pomocy zależy każdorazowo od biznesplanu i strategii przyjętej przez spółkę. Najczęściej przyjmowany przedział w początkowej fazie działalności to od kilkuset tysięcy do 5 mln zł.

### **ADRESACI DZIAŁAŃ**

Instrument Akceleratora Łukasiewicza jest adresowany do przedsiębiorstw nieeksportujących. Większość firm powstających w wyniku wsparcia programu ma w swoich planach ekspansję zagraniczną i oferowanie swoich produktów lub usług globalnie.

### **EFEKTY DZIAŁAŃ**

Efektom wdrożonego instrumentu będzie aktywizowanie polskiej nauki w kierunku przedsiębiorczości, ekspansji polskiej myśli technicznej zagranicą, budowanie konkurencyjności polskiej gospodarki poprzez łatwiejszy dostęp naukowców, przygotowanych do współpracy z przemysłem i biznesem oraz opracowywanych przez nich produktów wysokiej techniki.

### **PLANOWANE DZIAŁANIA**

Program realizowany jest w trybie corocznym od 2021 r. i będzie kontynuowany.

# Przyciąganie inwestycji o kluczowym znaczeniu dla innowacyjności i zaawansowania technologicznego polskiej gospodarki

Należy dążyć do osiągnięcia takiego modelu, w którym inwestycje powodują wzrost produkcji eksportowej. Ważne jest, aby były to inwestycje, które są maksymalnie zaawansowane z punktu widzenia technologicznego. Takie, które są innowacyjne, tworzą sieć kooperantów, kreują współpracę z uczelniami i które spowodują, że w globalnym łańcuchu wartości dodanej Polska będzie się przesuwać coraz wyżej.

Należy koncentrować się zwłaszcza na tych inwestycjach, które wykraczają poza prosty montaż importowanych części i podzespołów.

## MRiT

### OBSZAR DZIAŁANIA

"Ministerstwo Rozwoju i Technologii przygotowało szereg instrumentów, które pozwalają przyciągać do Polski firmy z najbardziej innowacyjnych branż, wykorzystujące najnowsze technologie. Niezwykle ważne jest stawianie na rozwój firm. Stąd działania rządu nastawione na przyciąganie inwestycji wysoko zaawansowanych technologicznie, o innowacyjnym charakterze. Odnosi się to przede wszystkim do inwestycji o statusie B+R. Do tego rodzaju perspektywicznych inwestycji można również zaliczyć te z kategorii: poszukiwania i oceny złóż mineralnych, oprogramowania komputerowego, bazy danych czy produkcji własności intelektualnej. Ponadto kluczowa jest również transformacja w obecnie funkcjonujących sektorach gospodarki. Nastawienie na innowacje pozwoli firmom nie tylko zdobyć odpowiednie instrumenty do ich sprawnego funkcjonowania, ale też stworzy pewnego rodzaju know-how. Stawiamy na synergię działań publiczno-prywatnych w celu skonstruowania warunków inwestycyjnych dopasowanych do realnych potrzeb przedsiębiorców.

Program wspierania inwestycji o istotnym znaczeniu dla gospodarki polskiej na lata 2011-2030 jest jednym z instrumentów umożliwiających wsparcie nowych projektów inwestycyjnych, szczególnie istotnych dla polskiej gospodarki. Jego głównym celem jest wzrost innowacyjności oraz konkurencyjności polskiej gospodarki. W ramach programu możliwe jest dofinansowanie zarówno dużych inwestycji strategicznych, jak i średniej wielkości projektów innowacyjnych. Premiowane są przedsięwzięcia adaptujące nowoczesne technologie i przewidujące prowadzenie działalności badawczo-rozwojowej.



Dzięki wsparciu finansowemu w ramach Programu mogą rozwijać się najbardziej zaawansowane i pożądane projekty. Badania i Rozwój są tym typem inwestycji, które w ramach Programu otrzymuje największe wsparcie na koszty inwestycji (8,1% to odsetek wsparcia do kosztów inwestycji) oraz na tworzenie nowych miejsc pracy (10 145 PLN na jedno miejsce pracy). Z kolei produkcja motoryzacyjna, w tym elektromobilność, jest sektorem z największymi nakładami na inwestycje i wsparciem – odpowiednio 29,8 mld PLN oraz 1,1 mld PLN. Centra usług wspólnych (SSC) deklarują natomiast największą liczbą zatrudnionych osób – 14,4 tysiąca. Powyższe dane pokazują możliwości wsparcia w praktyce dla branż o kluczowym znaczeniu dla polskiej gospodarki. Wysokość wsparcia na B+R jest dowodem na skuteczność działań, mających na celu wsparcie rozwoju najnowocześniejszych technologii.

Dodatkowo warto zaznaczyć, iż w ramach Programu 1 zł wsparcia generował 25 zł na inwestycje oraz 6 zł w płacach pracowników i 6 zł wpłat do budżetu. W praktyce przełożyło się to na:

- 7,1 mld PLN zarobionych pensji przez pracowników do 2020 r.,
- 6,6 mld PLN zapłaconych podatków przez inwestorów do 2020 r. (w tym PIT = 2,7 mld; CIT = 1,6 mld; VAT = 2,1 mld; nieruchomości = 0,2 mld PLN),
- 2,3 mld PLN wpłacone na ZUS, NFZ i PIT pracowników do 2020 r., (w tym na ZUS = 1,1 mld; na NFZ = 0,7 mld; PIT pracowników = 0,5 mld PLN).

## ADRESACI DZIAŁAŃ

Program adresowany jest do wszystkich przedsiębiorców.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

Polska ma bardzo dobry program przyciągania inwestycji zagranicznych. Nasz mechanizm jest oparty na wspieraniu przede wszystkim najbardziej strategicznych branż oraz ich łańcuchów dostaw. Wykorzystujemy w tym celu instrumenty zachęt inwestycyjnych, takie jak Polska Strefa Inwestycji lub Program wspierania inwestycji o istotnym znaczeniu dla polskiej gospodarki na lata 2011-2030. Zrównoważony przyrost inwestycji na terenie całej Polski jest gwarantem stabilnego rozwoju gospodarki, odpornego na wpływ kryzysów – jak miało to miejsce w przypadku pandemii COVID-19.

Polska Strefa Inwestycji, czyli następcza Specjalnych Stref Ekonomicznych, zainicjowana w 2018 r., wydatnie przyczynia się do przyciągania nowych inwestycji na obszarze całego kraju. Wysokość ulgi podatkowej (zwolnienia z podatku PIT lub CIT) dla przedsiębiorcy wynika tu m.in. z obszaru, na jakim prowadzona jest działalność gospodarcza. Premiowane są regiony z wyższą stopą bezrobocia i miasta tracące funkcje społeczno-gospodarcze. Rok 2020 przyniósł wzrost liczby projektów w Specjalnych Strefach Ekonomicznych, pomimo licznych obaw związanych z pandemią. W sumie w 2020 r. wydano 372 decyzje (o 19 więcej niż w 2019 r.), o wartości ponad 15,2 mld zł, z deklaracją 5 8958 nowych miejsc pracy. W porównaniu do 2019 r. wartość inwestycji spadła o 0,57%, licząc rok do roku, jednak liczba projektów w ramach PSI wzrosła w 2020 r. o 5%. Powyższe dane obrazują stabilny wzrost polskiej gospodarki, pomimo negatywnej wówczas koniunktury na świecie.

Odporność polskiej gospodarki na działania kryzysu, spowodowanego pandemią, pokazują również dane na temat produktu krajowego brutto. Wskaźniki na koniec

2020 r. zaskoczyły pozytywnie. PKB Polski spadło jedynie o 2,2%. Powyższy wynik był więc jednym z najlepszych wśród krajów Unii Europejskiej. Lepiej od nas z kryzysem w tamtym roku poradziły sobie tylko Irlandia, Litwa, Estonia, Luksemburg i Dania<sup>3</sup>.

Rok 2020 był szczególnym rokiem dla gospodarek na całym świecie. Niepewność spowodowana pandemią koronawirusa doprowadziła do sytuacji, w której w miesiącach marzec/kwiecień panował zastój gospodarczy, a liczba wydanych decyzji w marcu była aż o 50% niższa niż w marcu 2019 r. (spadek z 38 decyzji na 19)<sup>4</sup>.

Natomiast rok 2021 przyniósł kolejne inwestycje w ramach PSI. Wydano rekordowe 713 decyzji o wsparciu, na wartość inwestycji 37,13 mld PLN, oraz z deklaracją stworzenia 16 831 nowych miejsc pracy. W porównaniu do 2020 roku w liczbie projektów zanotowano wzrost o 92% r/r, wzrost o 245% wartości inwestycji oraz wzrost o 286% jeśli chodzi o liczbę nowych miejsc pracy.

Dane za 2021 r. wskazywały na pewne oswojenie z nową sytuacją społeczno-gospodarczą i zapowiadały powrót polskiej gospodarki na ścieżkę szybkiego wzrostu. Świadczą o tym sukcesywnie wydawane decyzje, które przekładają się na realne inwestycje i nowe miejsca pracy. Porównując 2021 r. do 2019 r. możemy zanotować wzrost liczby projektów inwestycyjnych w ramach PSI o 202% r/r. Wskazuje to nie tylko na odbicie gospodarki po kryzysie spowodowanym pandemią, ale także na jej powrót na ścieżkę stabilnego wzrostu gospodarczego.

Jednocześnie, największym sukcesem Polskiej Strefy Inwestycji jest utrzymanie dotychczasowych zobowiązań przedsiębiorców w zakresie zatrudnienia w tym trudnym okresie, kiedy wiele firm rozważało redukcję miejsc pracy. Natomiast przedsiębiorcy strefowi wywiązali się z podjętych zobowiązań i utrzymali miejsca pracy. To wspólny sukces rządu, który zapewnił konieczne wsparcie oraz przedsiębiorców, którzy pomimo trudności, dotrzymali słowa i utrzymali miejsca pracy.

Polska Strefa Inwestycji, od początku funkcjonowania w 2018 r. do końca sierpnia 2022, przełożyła się na powstanie inwestycji o ogólnej wartości przekraczającej 82,57 mld zł, które zagwarantowały stworzenie prawie 34 tys. miejsc pracy.

Działania rządu w zakresie przyciągania nowych inwestycji nie ograniczają się jedynie do instrumentu strefowego. Kolejnym elementem wspierania bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Polsce, za pomocą zachęt dla inwestorów, są granty rządowe na inwestycje. Program wspierania inwestycji o istotnym znaczeniu dla gospodarki polskiej na lata 2011-2030 jest jednym z instrumentów umożliwiających wsparcie nowych projektów inwestycyjnych, szczególnie istotnych dla polskiej gospodarki. W ramach programu możliwe jest dofinansowanie zarówno dużych inwestycji strategicznych, jak i średniej wielkości projektów innowacyjnych. Budżet programu wynosi prawie 2,6 mld zł, a jego okres obowiązywania został wydłużony do 2030 r. Program grantowy to między innymi 107 umów, których wartość inwestycji wynosi łącznie 29,8 mld PLN, przy wsparciu z budżetu państwa w wysokości 1,5 mld PLN. Dzięki programowi

---

<sup>3</sup> Źródło: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/NAMA\\_10\\_GDP\\_custom\\_3357875/default/table?lang=enf](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/NAMA_10_GDP_custom_3357875/default/table?lang=enf)

<sup>4</sup> Źródło: Dane własne Ministerstwa Rozwoju i Technologii

powstanie łącznie 29,9 tys. nowych miejsc pracy, w tym 60% stanowiły będą miejsca pracy dla osób z wyższym wykształceniem (18,0 tys.)<sup>5</sup>.

Polskie firmy w ramach Programu zawarły umowy na 10 inwestycji, których łączna wartość nakładów inwestycyjnych wyniesie aż 1,138 mld PLN. W ramach zawartych umów przedsiębiorcy pochodzący z polski utworzą 608 nowych miejsc pracy, w tym 158 dla osób z wyższym wykształceniem. Pomoc dla polskich przedsiębiorców w związku z realizacją zobowiązań umownych może wynieść prawie 99,0 mln PLN.

Program wydatnie przyczynia się do przyciągania do Polski innowacyjnych inwestycji, co wpływa pozytywnie na krajobraz gospodarczy kraju.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Dotychczasowe działania w zakresie przyciągania nowych inwestycji będą kontynuowane. Od 2021 r. obserwowany jest wzrost zainteresowania inwestorów grantami rządowymi. Zainteresowanie to wynika ze zmian wprowadzonych do Programu w marcu 2021 r., które przyczyniły się do wzrostu zainteresowania inwestycjami, szczególnie wśród przedstawicieli sektora MŚP oraz polskich przedsiębiorców. Planowane jest utrzymanie niektórych mechanizmów wprowadzonych do Programu w 2021 r.

## PAIH

### OBSZAR DZIAŁANIA

Oprócz działań promocyjnych, w ramach szeroko rozumianego doradztwa inwestycyjnego przygotowujemy pakiety informacyjne na temat rynku polskiego i dostępnych zachęt inwestycyjnych dla zagranicznych inwestorów, PAIH zapewnia zarówno konsulting lokalizacyjny, jak i przygotowanie oferty nieruchomości inwestycyjnych pod inwestycje greenfield, włączając w to przeprowadzenie audytów nieruchomości. PAIH organizuje spotkania B2B łączące polskich poddostawców i usługodawców z zagranicznymi partnerami biznesowymi, wspomaga inwestorów zagranicznych w kontaktach z administracją i organizuje szkolenia na temat praktycznych aspektów realizacji inwestycji.

### ADRESACI DZIAŁAŃ

Działania Centrum Inwestycji są ukierunkowane na bezpośrednich inwestorów zagranicznych już zainteresowanych Polską jako miejscem do ulokowania inwestycji, jak i do inwestorów perspektywicznych.

### EFEKTY DZIAŁAŃ

W okresie przed pandemią Covid-19 notowaliśmy istotny i postępujący wzrost wartości obsłużonych przez PAIH inwestycji zagranicznych, począwszy od 1 745 mln EUR w 2016 r., 2 081 mln EUR w 2017 r., 2 133 mln EUR w 2018 r. aż po rekordowe 2 916 mln EUR

w 2019 r. Choć kryzys wywołany pandemią w dużym zakresie dotknął bezpośrednio inwestycje zagraniczne na całym świecie to udało się utrzymać je na stosunkowo wysokim poziomie, osiągając łączną wartość zakończonych projektów 2 916 mln EUR w 2020 r., co zaowocowało ponad 10 tysiącami nowych miejsc pracy. W 2021 przekroczony zostanie zaplanowany wcześniej cel 2,5 mld EUR.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Utrzymanie mimo kryzysu pozycji Polski jako czołowej destynacji inwestycyjnej i polepszenie naszej pozycji w kluczowych światowych rankingach gospodarczych.

Przyciągnięcie zwiększonego kapitału zagranicznego w wybranych branżach; w dłuższej perspektywie – zdywersyfikowanie i zwiększenie udziału produktów bardziej zaawansowanych technologicznie w koszyku eksportowym Polski przeciwdziałając w ten sposób niekorzystnym trendom dla struktury eksportu Polski odnotowanym przez UNCTAD (zmiany w tzw. export sophistication gap).

Przyciąganie inwestorów charakteryzujących się nowoczesnymi rozwiązaniami technologicznymi takich jak np. obsłużone przez PAIH inwestycje NorthVolt, Microsoft czy SK Innovation pokrywa się ze wskazanymi wyzwaniami. Potrzeba jednak wzmocnić i zintensyfikować działania mające na celu pozyskanie inwestycji w kluczowych dla rozwoju Polski sektorach czemu będzie służył tzw. roadshow dla strategicznych sektorów i rynków.

## BGK

### OBSZAR DZIAŁANIA

Bank Gospodarstwa Krajowego od lat wspiera ekspansję polskich przedsiębiorstw, tworząc kompleksowe rozwiązania finansowe w oparciu o wewnętrzne synergie produktowe oraz współpracę z innymi instytucjami polskimi i międzynarodowymi. Bank przygotowuje również we współpracy z innymi instytucjami na rynku kompleksowe rozwiązania pokazujące ofertę możliwości oraz narzędzi finansowych dla inwestorów zagranicznych, którzy są zainteresowani bezpośrednimi inwestycjami kapitałowymi w Polsce.

Dzięki międzynarodowej obecności BGK ma aktywny wpływ na wzmocnienie świadomości wysokiej atrakcyjności Polski wśród inwestorów zagranicznych jako kraju o wysokim kapitale intelektualnym, w którym mogą być tworzone centra B+R oraz produkty zaawansowane technologicznie, generujące wysoką wartość dodaną. Dodatkowo dzięki działaniom Przedstawicielstw buduje rozpoznawalność nie tylko Polski ale również Banku BGK, nawiązując przy tym strategiczne kontakty z międzynarodowymi instytucjami finansowymi oraz inwestorami.

## KUKE

## OBSZAR DZIAŁANIA

Inwestycje zagraniczne są kluczowe z perspektywy utrzymywania konkurencyjności gospodarki, tworzenia miejsc pracy, transferu wiedzy, a także utrzymywania dynamiki rozwoju eksportu. Po analizie dostępnych na rynku instrumentów ubezpieczeniowych i gwarancyjnych, KUKE wprowadziła do swojej oferty rozwiązanie stworzone dla inwestorów zagranicznych chcących zainwestować w Polsce i prowadzić z naszego kraju działalność eksportową. Gwarancja „Invest in Poland” oraz Invest&Export – zabezpiecza terminową spłatę na rzecz banku kredytu inwestycyjnego udzielonego zagranicznemu inwestorowi (poprzez jego spółkę w Polsce) przeznaczonego na finansowanie inwestycji generującej eksport. Rozwiązanie ma zachęcać banki do szerszego finansowania tego typu inwestycji dzięki ograniczeniu ryzyka jakie ponosi bank.

# Ekspansja polskich inwestycji za granicą

## BGK

### OBSZAR DZIAŁANIA

Od 2015 r. Bank wspiera polskich inwestorów realizujących projekty inwestycyjne poza Polską poprzez różnego rodzaju struktury w oparciu o finansowanie dłużne. Cechą charakterystyczną tego typu finansowania jest zabezpieczenie kredytu w pierwszej kolejności aktywami zagranicznymi (projektu/podmiotu zagranicznego).

Wspierając rodzimych przedsiębiorców BGK dobiera optymalne instrumenty finansowe dostosowane zarówno do profilu działalności polskiego inwestora, jak również rodzaju i charakteru zagranicznego przedsięwzięcia. Bank podąża za polskimi spółkami, niezależnie od branży, czy lokalizacji projektu.

### ADRESACI DZIAŁAŃ

BGK oferuje kredyt inwestycyjny na ekspansję zagraniczną, dla polskich przedsiębiorstw (zarówno z sektora MŚP, jak dużych przedsiębiorstw) lub ich zagranicznych spółek-córek, których bieżąca działalność gospodarcza tworzy wartość dodaną dla polskiej gospodarki w postaci tworzenia miejsc pracy, czy wpływów budżetowych np. na przejęcia zagraniczne, projekty typu greenfield/brownfield.

Taki instrument finansowy jest komplementarny z ofertą kredytów eksportowych oraz ofertą innych instytucji finansowych. Jego wprowadzenie wpłynęło na dywersyfikację geograficzną portfela BGK i umożliwiło polskim przedsiębiorcom pozyskanie atrakcyjnego wsparcia przy realizacji eksportu oraz przy planowaniu ekspansji na zagraniczne rynki.

### EFEKTY DZIAŁAŃ

Wykorzystując instrumenty finansowania dłużnego, BGK wsparł inwestycje polskich przedsiębiorstw, zarówno z sektora MŚP, jak i dużych przedsiębiorstw. Były to inwestycje w blisko 20 krajach, na 4 kontynentach, w tym m.in. w Wielkiej Brytanii, Norwegii, USA, Francji, Chile. Wolumen kredytów dedykowanych inwestycjom zagranicznym udzielonych do końca 2021 r. wyniósł blisko 7,8 mld PLN.

### PLANOWANE DZIAŁANIA

Ograniczenia w finansowaniu mają charakter głównie prawny (np. kraje/podmioty objęte sankcjami międzynarodowymi) lub prawno-finansowy (np. prawo bankowe w zakresie oceny kredytobiorcy/projektu pod kątem zdolności do obsługi długu, możliwa struktura zabezpieczeń). Problematyka zabezpieczeń dla tego typu finansowania może być częściowo rozwiązana poprzez wykorzystanie oferowanego przez KUKE



ubezpieczenia kredytów udzielanych na finansowanie inwestycji bezpośrednich za granicą.

Barierą jest również brak odpowiedniego przygotowania dokumentacyjnego po stronie polskich przedsiębiorstw (słaba jakość lub brak niezależnych raportów due dilligence czy studiów wykonalności dla poszczególnych projektów) lub niespójna strategia działania na rynkach zagranicznych.

Wskazane powyżej wyzwania będą zmitigowane poprzez proaktywną rolę BGK jako integratora polskiego sektora bankowego w zakresie finansowania ekspansji zagranicznej (finansowanie konsorcjalne projektów z bankami komercyjnymi). Dodatkowo będą podejmowane dalsze aktywne działania promocyjne w obszarze (i) oferowanych przez BGK instrumentów i możliwości wsparcia inwestycji zagranicznych, oraz (ii) potencjalnych ryzyk, wyzwań związanych z realizacją zagranicznych inwestycji kapitałowych, mające na celu zwiększenie świadomości wśród polskich przedsiębiorstw.

BGK poprzez sieć międzynarodowych przedstawicielstw będzie również aktywnie uczestniczyć w rozeznaniu rynku w zakresie potencjalnych transakcji M&A wynikających z braku sukcesji, które mogłyby być interesujące dla polskich przedsiębiorstw.

Konieczna jest również intensyfikacja monitoringu polskich przedsiębiorstw realizujących projekty zagraniczne z własnych środków, pod kątem możliwości ich zrefinansowania przez BGK i uwolnienia środków finansowych na kolejne potencjalne projekty.

Działania BGK będą wpisywały się także w planowaną ścieżkę rozwoju eksportera.

## PFR TFI

### OBSZAR DZIAŁANIA

Od 2016 roku PFR TFI zarządza Funduszem Ekspansji Zagranicznej FIZ AN. Fundusz współfinansuje, inwestycje zagraniczne polskich przedsiębiorstw, działając na zasadach rynkowych. Fundusz oferuje kapitał lub dług do projektów zagranicznych realizowanych przez polskie spółki. Fundusz poprzez swoje działanie wypełnia lukę kapitałową, która może powstawać w strukturze kapitałowej inwestycji zagranicznej. Dzięki swojemu działaniu Fundusz zwiększa możliwości inwestycyjne polskiej spółki, a tym samym przyspiesza inwestycję na rynku zagranicznym lub zwiększa skalę inwestycji np. poprzez uwolnienie części środków własnych spółki na realizację więcej niż jednego przejścia za granicą.

### ADRESACI DZIAŁAŃ

Fundusz Ekspansji Zagranicznej kieruje ofertę do polskich firm z powodzeniem działających w kraju i które planują inwestycje realizowane na rynkach zagranicznych. Z oferty funduszu mogą skorzystać polskie przedsiębiorstwa, które mają sprawdzony model biznesowy oraz plan ekspansji zagranicznej.

### EFEKTY DZIAŁAŃ

Fundusz Ekspansji Zagranicznej zawarł od 2016 roku 22 umów inwestycyjnych, w których inwestycje wszystkich stron przekroczyły 300 mln EUR.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Działania PFR TFI poprzez Fundusz Ekspansji Zagranicznej wpisują się w planowaną ścieżkę rozwoju eksportera.

Fundusz planuje rozwijać swoją obecność na rynku kapitałowym. Dzięki trwałej obecności popartej inwestycjami oraz wraz ze wzrostem możliwości ekspansji polskich spółek, w średnim i długim okresie należy założyć możliwość realizacji większej liczby inwestycji zagranicznych. W średnim i długim okresie będzie także rosła średnia wartość inwestycji zagranicznych realizowanych przez polskie spółki.

Fundusz poprzez oferowane instrumenty planuje uzupełniać strukturę kapitałową w projektach zagranicznych. Oferowane rozwiązania zwiększają możliwości inwestycyjne polskich firm za granicą.

Typowa inwestycja Funduszu Ekspansji Zagranicznej zawiera się w przedziale od 3 do 12.5 mln EUR. Widoczne jest zapotrzebowanie na utworzenie w przyszłości nowego funduszu, o strategii zbliżonej do Funduszu Ekspansji Zagranicznej lecz o uproszczonych i wystandaryzowanych procedurach podejmowania decyzji celem zagospodarowania potencjalnego zapotrzebowania małych i średnich polskich firm na dokonywanie inwestycji zagranicznych z udziałem funduszu mieszczącym się w przedziale 100 tys. – 2 mln EUR. Podjęte zostaną prace nad opracowaniem koncepcji wprowadzenia tego typu rozwiązania.

W związku ze zniszczeniami wojennymi w Ukrainie otrzymujemy zapytania dotyczące możliwości udziału Funduszu jako koinwestora polskich spółek, które planują inwestycje lub realizację kontraktów na Ukrainie. Rozważane są działania celem opracowania instrumentu, który byłby instrumentem dedykowanym do wspierania polskich inwestycji w Ukrainie.

Działania Funduszu będą usprawnione m.in. poprzez: zwiększanie widoczności Funduszu i oferty wśród przedsiębiorców i interesariuszy w Polsce i za granicą, proaktywne adresowanie przedsiębiorców z branż, które są perspektywiczne dla eksportu w okresie postcovidowym, budowanie zaufania do Funduszu jako stabilnego partnera kapitałowego. PFR TFI realizuje aktywny program dotarcia do przedsiębiorców m.in. poprzez rynkowe relacje z prawnikami, doradcami transakcyjnymi, bankami, funduszami inwestycyjnymi, bezpośrednio z przedsiębiorcami, PAIH, MF, BGK.

Przez kolejne lata ważne jest utrzymanie spójnego kierunku i przyzwyczajanie rynku i przedsiębiorców, do faktu istnienia Funduszu który wspiera ekspansję na zagraniczne rynki. Należy pamiętać, że Fundusz funkcjonuje od 6 lat, podczas gdy jego zagraniczne odpowiedniki od ok. 50.

Celem Funduszu jest osiągnięcie poziomu ok. 10 zrealizowanych inwestycji rocznie w 2025 roku, oraz realizacja nowych projektów na około 30 mln euro rocznie.

## OBSZAR DZIAŁANIA

Dotychczas w ramach swojej działalności KUKE ubezpieczała od ryzyka politycznego i ryzyka siły wyższej nakłady poniesione przez polskich przedsiębiorców na realizację inwestycji bezpośredniej za granicą. W związku z potrzebą udrożnienia kredytowania bankowego i zachęcenia instytucji finansowych do szerszej akcji finansowania inwestycji, w 2021 r. KUKE wprowadziła nowe rozwiązanie - ubezpieczenie ryzyka braku spłaty kredytu udzielonego na finansowanie inwestycji polskich przedsiębiorców za granicą (kredyt udzielany polskiemu przedsiębiorcy lub podmiotowi powiązanemu z inwestorem). Dzięki przejęciu ryzyka od banku KUKE umożliwia mu zwiększenie wartości finansowania udzielanego polskiemu eksporterowi oraz możliwość oparcia zabezpieczeń finansowania na podmiocie przejmowanym lub w strukturze project finance.