

### Wsparcie eksportu skierowane do firm ..... 6

|                                                                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| PAIH – doradztwo, szkolenia, informacje, wsparcie dotacyjne.....                                                | 6  |
| Obszar działania .....                                                                                          | 6  |
| Adresaci działań .....                                                                                          | 6  |
| Efekty działań .....                                                                                            | 6  |
| Planowane działania .....                                                                                       | 7  |
| ZBH PAIH – działania na rynkach zagranicznych .....                                                             | 8  |
| Obszar działania .....                                                                                          | 8  |
| Adresaci działań .....                                                                                          | 8  |
| Efekty działań .....                                                                                            | 8  |
| Planowane działania .....                                                                                       | 8  |
| RBH PAIH – działania na rynkach lokalnych.....                                                                  | 8  |
| Obszar działania .....                                                                                          | 8  |
| Adresaci działań .....                                                                                          | 9  |
| Efekty działań .....                                                                                            | 9  |
| Planowane działania .....                                                                                       | 9  |
| BGK – finansowe wsparcie eksportu .....                                                                         | 9  |
| Obszar działania .....                                                                                          | 9  |
| Adresaci działań .....                                                                                          | 10 |
| Efekty działań .....                                                                                            | 10 |
| Planowane działania .....                                                                                       | 12 |
| KUKE – ubezpieczenia i finansowanie eksportu .....                                                              | 12 |
| Obszar działania .....                                                                                          | 12 |
| Adresaci działań .....                                                                                          | 13 |
| Efekty działań .....                                                                                            | 13 |
| Planowane działania .....                                                                                       | 14 |
| KUKE Finance – faktoring, kompleksowe zarządzanie wierzytelnościami,<br>finansowe wsparcie przedsiębiorców..... | 15 |
| Obszar działania .....                                                                                          | 15 |
| Adresaci działań .....                                                                                          | 16 |
| Efekty działań .....                                                                                            | 16 |
| Planowane działania .....                                                                                       | 16 |

|                                                                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| PARP – doradztwo, szkolenia, informacje, zaangażowanie na rzecz startupów, wsparcie dotacyjne .....                                                    | 18 |
| Obszar działania .....                                                                                                                                 | 18 |
| Adresaci działań .....                                                                                                                                 | 21 |
| Efekty działań .....                                                                                                                                   | 21 |
| Planowane działania .....                                                                                                                              | 21 |
| NCBR – finansowanie innowacyjnych projektów badawczo-rozwojowych, w tym startupów, doradztwo, szkolenia, akcje informacyjne, wsparcie w Brukseli ..... | 22 |
| Obszar działania .....                                                                                                                                 | 22 |
| Adresaci działań .....                                                                                                                                 | 23 |
| Efekty działań .....                                                                                                                                   | 23 |
| Planowane działania .....                                                                                                                              | 24 |
| Sieć Badawcza Łukasiewicz – rozwiązywanie problemów technologicznych oraz oferowanie dostępnych w Łukasiewiczu produktów lub usług .....               | 25 |
| Obszar działania .....                                                                                                                                 | 25 |
| Adresaci działań .....                                                                                                                                 | 25 |
| Efekty działań .....                                                                                                                                   | 25 |
| Planowane działania .....                                                                                                                              | 26 |
| ARP – wsparcie inwestycyjne oraz informacja .....                                                                                                      | 26 |
| MRiT – identyfikacja i eliminacja barier w dostępie do rynków zagranicznych .....                                                                      | 27 |
| Obszar działania .....                                                                                                                                 | 27 |
| Adresaci działań .....                                                                                                                                 | 28 |
| Efekty działań .....                                                                                                                                   | 28 |
| Planowane działania .....                                                                                                                              | 28 |
| MRiT – udział w zamówieniach publicznych organizacji międzynarodowych .....                                                                            | 30 |
| Obszar działania .....                                                                                                                                 | 30 |
| Adresaci działań .....                                                                                                                                 | 31 |
| Efekty działań .....                                                                                                                                   | 31 |
| Planowane działania .....                                                                                                                              | 32 |
| MRiT – ochrona przed nieuczciwym importem .....                                                                                                        | 32 |
| Obszar działania .....                                                                                                                                 | 32 |

|                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| Adresaci działań .....                                         | 33        |
| Efekty działań .....                                           | 33        |
| Planowane działania .....                                      | 33        |
| <b>MRiT – obniżenie kosztów importu zaopatrzeniowego .....</b> | <b>33</b> |
| Obszar działania .....                                         | 33        |
| Adresaci działań .....                                         | 34        |
| Efekty działań .....                                           | 34        |
| Planowane działania .....                                      | 34        |
| <b>MRiT – umowy o wolnym handlu .....</b>                      | <b>35</b> |
| Obszar działania .....                                         | 35        |
| Adresaci działań .....                                         | 35        |
| Efekty działań .....                                           | 35        |
| Planowane działania .....                                      | 35        |

## **Promocja eksportu i inwestycji zagranicznych ..... 37**

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| <b>MRiT .....</b>           | <b>37</b> |
| Obszar działania .....      | 37        |
| Adresaci działań .....      | 38        |
| Efekty działań .....        | 38        |
| Realizowane działania ..... | 39        |
| <b>MSZ .....</b>            | <b>39</b> |
| Obszar działania .....      | 39        |
| Adresaci działań .....      | 41        |
| Efekty działań .....        | 42        |
| Planowane działania .....   | 42        |
| <b>PAIH .....</b>           | <b>43</b> |
| Obszar działania .....      | 43        |
| Adresaci działań .....      | 43        |
| Efekty działań .....        | 43        |
| Planowane działania .....   | 43        |
| <b>PARP .....</b>           | <b>44</b> |
| Obszar działania .....      | 44        |
| Adresaci działań .....      | 44        |

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Efekty działań .....                 | 44 |
| Planowane działania .....            | 45 |
| KOWR.....                            | 46 |
| Obszar działania .....               | 46 |
| Adresaci działań .....               | 48 |
| Efekty działań .....                 | 48 |
| Planowane działania .....            | 49 |
| Polska Organizacja Turystyczna ..... | 50 |
| Obszar działania .....               | 50 |
| Adresaci działań .....               | 51 |
| Efekty działań .....                 | 52 |
| Planowane działania .....            | 53 |
| BGK .....                            | 53 |
| Obszar działania .....               | 53 |
| Planowane działania .....            | 53 |
| POLSA.....                           | 54 |
| Obszar działania .....               | 54 |
| Adresaci działań .....               | 55 |
| Efekty działań .....                 | 55 |
| Planowane działania .....            | 55 |
| Sieć Badawcza Łukasiewicz .....      | 55 |
| Obszar działania .....               | 55 |
| Adresaci działań .....               | 56 |
| Efekty działań .....                 | 56 |
| Planowane działania .....            | 56 |

## Przyciąganie inwestycji o kluczowym znaczeniu dla innowacyjności i zaawansowania technologicznego polskiej gospodarki ..... 56

|                        |    |
|------------------------|----|
| MRiT .....             | 56 |
| Obszar działania ..... | 56 |
| Adresaci działań ..... | 57 |
| Efekty działań .....   | 58 |

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| Planowane działania .....                         | 60 |
| PAIH .....                                        | 61 |
| Obszar działania .....                            | 61 |
| Adresaci działań .....                            | 61 |
| Efekty działań .....                              | 61 |
| Planowane działania .....                         | 62 |
| BGK .....                                         | 62 |
| Obszar działania .....                            | 62 |
| KUKE .....                                        | 63 |
| Obszar działania .....                            | 63 |
| Agencja Rozwoju Przemysłu .....                   | 63 |
| Obszar działania .....                            | 63 |
| Centrum Obsługi Podatkowej Inwestora (COPI) ..... | 64 |
| Obszar działań: .....                             | 64 |
| Adresaci działań: .....                           | 64 |
| Efekty działań: .....                             | 64 |
| Planowane działania: .....                        | 64 |

## Wsparcie kapitałowe gospodarczej ekspansji zagranicznej polskich firm..... 65

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| BGK .....                                     | 65 |
| Obszar działania .....                        | 65 |
| Adresaci działań .....                        | 65 |
| Efekty działań .....                          | 66 |
| Planowane działania .....                     | 66 |
| PFR TFI– Fundusz Ekspansji Zagranicznej ..... | 67 |
| Obszar działania .....                        | 67 |
| Adresaci działań .....                        | 67 |
| Efekty działań .....                          | 67 |
| Planowane działania .....                     | 67 |
| KUKE .....                                    | 68 |
| Obszar działania .....                        | 68 |

# 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 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

Od początku realizacji działań przez PAIH, stale rósł zakres wsparcia udzielanego przedsiębiorcom zarówno przez Zagraniczne Biura Handlowe, jak i Centralę PAIH.

Przykładowo w 2019 roku wsparcie PAIH przy udziale ZBH, przyczyniło się do zawarcia 204 kontraktów eksportowych. Rok 2020, mimo kryzysu wywołanego pandemią, przyniósł 266 kontraktów, a kolejne lata to nieustający wzrost zarówno zaangażowania PAIH, jak i efektów jej działań – 2021 r. – 370 kontraktów eksportowych, a w 2022 r. – 454 kontrakty. Suma wartości realizowanych umów opiewała od 205 mln PLN do nawet 767 mln PLN. Największym sukces pod kątem liczby kontraktów przyniósł rok 2023, w którym dzięki działalności PAIH i ZBH polscy przedsiębiorcy zawarli aż 628 umów.

Rośnie także ogólna rozpoznawalność Polski i PAIH na świecie, na co wskazuje wzrastająca liczba zapytań od zagranicznych firm o polski rynek, która niemal podwoiła się w ostatnich latach. W 2023 roku PAIH obsłużyła prawie 3000 zagranicznych przedsiębiorców zainteresowanych Polską.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

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

Wsparcie rozwoju kompetencji w zakresie internacjonalizacji przedsiębiorstw z sektora MŚP w zakresie zmiany modelu biznesowego, w tym budowania i implementacji strategii ekspansji gospodarczej 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 otrzymają wiedzę ekspercką dot. danego rynku, któremu poświęcony jest proces internacjonalizacji. 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 gospodarczej na rynku rozszerzona o elementy e-commerce.

W ramach komponentu drugiego, przedsiębiorca uzyska wsparcie finansowe na wdrożenie opracowanej strategii ekspansji gospodarczej na rynku docelowym, w tym z 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 *Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki*. Zakłada się, że jego realizacja rozpocznie się w 2024 r. Projekt będzie realizowany do końca 2029 r.

Planowane jest również wsparcie przedsiębiorstw w procesie odbudowy Ukrainy.

W ramach udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO 2025 w Osace, organizowany jest Program Partnerski dla firm, który pozwala przedsiębiorcom, niezależnie od skali ich działalności, na jedyną w swoim rodzaju możliwość promocji, wzmocnienia planów gospodarczej ekspansji zagranicznej i współtworzenia polskiej prezentacji podczas tego najbardziej prestiżowego wydarzenia promocyjno-gospodarczego na świecie. Dodatkowym elementem wsparcia są organizowane webinaria branżowe dla przedsiębiorców zainteresowanych podjęciem relacji handlowych z Japonią lub rozważających ekspansję inwestycyjną w tym kraju. Szkolenia są pierwszym krokiem do gospodarczej ekspansji zagranicznej dla wielu polskich firm oraz poszerzeniem wiedzy dla tych, którzy już na dane rynki eksportują.

# ZBH PAIH – działania na rynkach zagranicznych

## OBSZAR DZIAŁANIA

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 gospodarczej 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 obszaru przez weryfikację potencjalnych partnerów biznesowych. 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.

## 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. Działania PAIH kierowane są również do firm, które w danej chwili nie działają w kierunku umiędzynarodowienia, ale mogą podjąć takie działania pod wpływem inicjatyw promocyjnych i informacyjnych.

## 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.

# RBH PAIH – działania na rynkach lokalnych

## OBSZAR DZIAŁANIA

Regionalne Biura Handlowe PAIH to sieć oddziałów Agencji utworzona w 2023 r., zlokalizowana na terenie całej Polski. Regionalne Biura Handlowe są pierwszym kontaktem dla lokalnego przedsiębiorcy zainteresowanego gospodarczą ekspansją na rynki zagraniczne. Lokalizacja bliżej klienta pozwala na zwiększenie efektywności działań PAIH na szczeblu regionalnym. Zatrudnienie lokalnych pracowników sprzyja lepszemu rozpoznaniu potrzeb lokalnych eksporterów zarówno w zakresie wsparcia konkretnych przedsięwzięć eksportowych, jak i edukacji eksportowej, a także pozwala na



wzmocnienie współpracy z instytucjami regionalnymi. Sposób funkcjonowania regionalnych biur handlowych zakłada ścisłą współpracę z Zespołem Ekspertów Branżowych oraz Zagranicznymi Biurami Handlowymi w zakresie obsługi klienta.

Zadania realizowane przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu S.A. wspiera ogólnopolska sieć Centrów Obsługi Inwestora i Eksportera (COIE) – Certyfikowanych Partnerów PAIH S.A. COIE powstały z inicjatywy PAIilZ (obecnie PAIH), w ścisłej współpracy z marszałkami wszystkich 16 województw. Funkcjonują głównie w strukturach urzędów marszałkowskich i agencjach rozwoju regionalnego.

## **ADRESACI DZIAŁAŃ**

Oferta Regionalnych Biur Handlowych PAIH skierowana jest do polskich firm na rynkach lokalnych mających potencjał do internacjonalizacji swojej działalności. RBH PAIH poprzez organizację spotkań z regionalnymi przedsiębiorcami, identyfikację ich potrzeb oraz budowanie relacji, wsparcie edukacyjne w zakresie eksportu oraz dostarczanie niezbędnych informacji gospodarczych z zakresu rynków zagranicznych, stymulować będą lokalnych przedsiębiorców z sektora MŚP do podejmowania działań eksportowych.

## **EFEKTY DZIAŁAŃ**

Działanie sieci RBH PAIH ma na celu wsparcie lokalnych przedsiębiorców szczególnie z sektora MŚP w podejmowaniu działań eksportowych. Lokalizacja „bliżej klienta” pozwoli na szybsze i dokładniejsze rozpoznanie potrzeb przedsiębiorców zainteresowanych eksportem zarówno w zakresie wsparcia konkretnych przedsięwzięć eksportowych, jak i edukacji eksportowej.

## **PLANOWANE DZIAŁANIA**

Działania sieci RBH PAIH będą kontynuowane, w kolejnych latach planowane jest poszerzenie i optymalizacja sieci RBH oraz działań na poszczególnych rynkach lokalnych.

# **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” (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 również kredyty finansujące inwestycje w Polsce o charakterze proeksportowym), jak i działalności własnej (szerokie spectrum gwarancji bankowych w obrocie zagranicznym, a także instrumenty oparte na akredytywie). Polscy eksporterzy mogą skorzystać również z finansowań obrotowych zabezpieczonych gwarancją KUKE, przeznaczonych na finansowanie bieżącej działalności operacyjnej. W 2024 roku

wprowadzono kolejny nowy produkt: gwarancję zapłaty dla polskiego eksportera zabezpieczoną regwarancją banku zagranicznego importera (gwarancja BGK z ubezpieczeniem KUKE w ramach programu rządowego Finansowe Wspieranie Eksportu).

Poza ww. instrumentami, z których korzystają w BGK bezpośrednio eksporterzy, Bank oferuje także instrumenty wsparcia innych banków finansujących polski eksport (przez mechanizm stabilizacji oprocentowania kredytu eksportowego w ramach programu Finansowe Wspieranie Eksportu).

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**

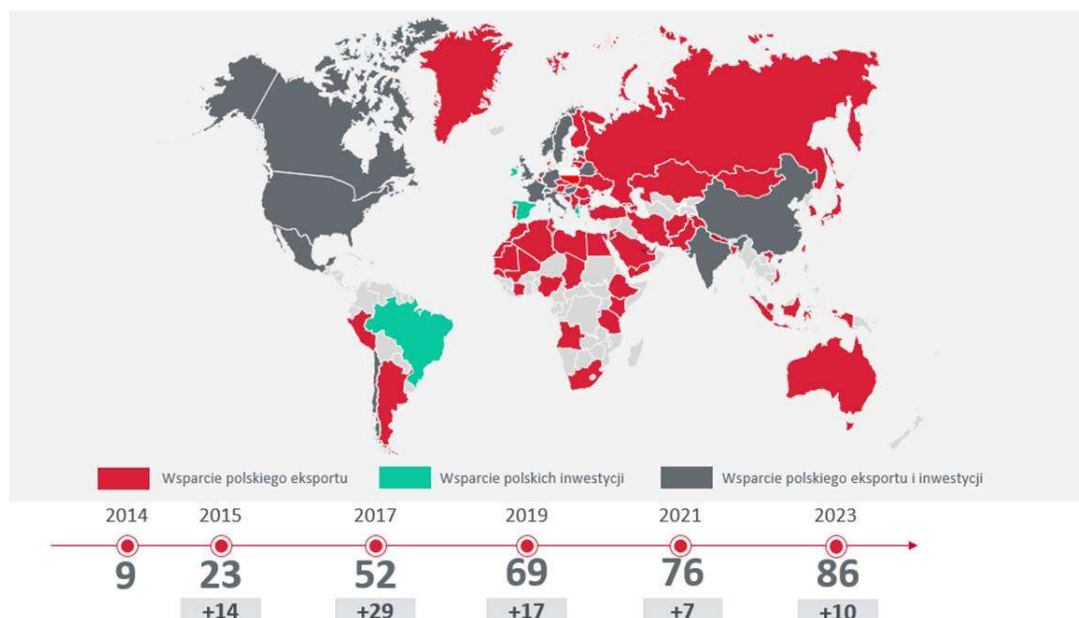
Działania BGK skierowane są w pierwszej kolejności do polskich eksporterów niezależnie od ich wielkości oraz branży, a także do banków finansujących polski eksport.

## **EFEKTY DZIAŁAŃ**

Od początku funkcjonowania rządowego programu „Finansowe Wspieranie Eksportu”, tj. w okresie od dnia 30 lipca 2009 r. do dnia 31 grudnia 2023 r. kwota udzielonego finansowania w ramach Programu wyniosła blisko 5 mld PLN. Kwota wspartych kontraktów od początku działalności Programu wynosi ponad 6,2 mld PLN (nie wszystkie kontrakty finansowane są w 100 %). W podanym okresie udzielono łącznie 3152 finansowań oraz potwierdzeń akredytyw bez finansowania.

Udzielane w ramach programu rządowego „Finansowe Wspieranie Eksportu” finansowanie dotyczy w 98 % eksportu do państw poza UE. Łącznie z działaniami podejmowanymi w ramach mandatu własnego BGK, Bank w ostatnich latach jest z polskimi eksporterami obecny na 86 rynkach z 6 kontynentów, co prezentuje załączona poniżej mapa.

## Finansowe wspieranie eksportu / ekspansji zagranicznej



Źródło: BGK, stan na 31.12.2023 r.

Instrumenty BGK wpisują się w działania zmierzające do zmiany struktury geograficznej polskiego eksportu. Udzielane, w ramach obsługiwane przez BGK programu rządowego „Finansowe Wspieranie Eksportu”, finansowanie dotyczy w 98 % 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). W październiku 2023 r. BGK udzielił pierwszego w historii polskiej bankowości kredytu eksportowego, gdzie kredytobiorcą jest bezpośrednio Skarb Państwa importera. Finansowanie dotyczyło wsparcia polskiego eksportu do Rwandy.

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 rządowego „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 KUK w transakcjach z Ukrainą 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 KUKE) oraz działalności własnej BGK w obszarze finansowania eksportu (w tym w finansowaniu krajowych inwestycji o charakterze proeksportowym, jak również we współpracy z bankami komercyjnymi, tak w strukturach konsorcjalnych, jak i w ramach mechanizmu stabilizacji oprocentowania kredytów eksportowych). 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. Dzięki bliskiej współpracy z organami UE, bankami rozwoju, exim bankami oraz stowarzyszeniami przedstawicielstwa dostarczają też informacje o potencjale nowych inicjatyw we współpracy z tymi jednostkami.

## KUKE – ubezpieczenia i finansowanie eksportu

### OBSZAR DZIAŁANIA

KUKE 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 – przez 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 obrotu eksportowego wzrosła w 2022 r. o 70,8 % i wyniosła 52.822,16 mln PLN, z czego w zakresie komercyjnych ubezpieczeń eksportowych 25.277,3 mln PLN (wzrost wolumenu o 43,1 %), a gwarantowanych przez Skarb Państwa ubezpieczeń eksportowych 10.157,1 mln PLN (wzrost wolumenu o 80,1 %). W strukturze geograficznej obrotu eksportowego, podobnie jak w roku 2021, dominowały Niemcy (21,7 %).

Kolejne pozycje zajmowały należności kontrahentów z Czech (11,4 %), Szwajcarii (6,0 %) i Wielkiej Brytanii (5,1 %).

Jeśli chodzi o ubezpieczenia ryzyka nierynkowego, czyli kontraktów eksportowych gwarantowanych przez Skarb Państwa realizowanych w kredycie poniżej 2 lat, to na koniec roku czynnych było 895 polis, a więc o 18,3 % mniej niż rok wcześniej, wartość ubezpieczonego obrotu wyniosła 3.158,52 mln PLN po spadku o 30,9 % w porównaniu z 2021 r. Było to konsekwencją wojny w Ukrainie: wycofania się KUKE z ubezpieczania handlu z Rosją i Białorusią oraz czasowego wstrzymania oferowania ochrony dla rynku ukraińskiego z powodu wprowadzonego tam moratorium płatniczego.



Po zmianie przepisów KUKE przywróciła w czerwcu 2022 r. możliwość ubezpieczania eksportu do Ukrainy jako jedyna agencja kredytów eksportowych z Unii Europejskiej.

W 2022 roku KUKE na coraz szerszą skalę oferowała rozwiązania produktowe z wprowadzonego rok wcześniej systemu wsparcia eksportu. Spośród instrumentów dostępnych w ramach SWE największym zainteresowaniem wśród eksporterów i obsługujących ich instytucji finansowych cieszyły się gwarancje kredytów przeznaczonych na finansowanie inwestycji w Polsce generujących eksport, które – po podpisaniu stosownych umów ramowych – zostały wprowadzone do oferty największych krajowych banków, w tym BGK. Dużym powodzeniem cieszyły się również gwarancje płatnicze, z których jako beneficjenci korzystali nie tylko banki, ale również firmy faktoringowe zabezpieczające swoje ekspozycje związane z faktoringiem odwrotnym albo z faktoringiem z regresem do klienta. W roku 2022 doszło do zawarcia pierwszej umowy ubezpieczenia zabezpieczającej finansowanie inwestycji zagranicznej polskiej spółki giełdowej w Meksyku.

Rok 2022 był również przełomowy w zakresie współpracy KUKE z innymi agencjami kredytów eksportowych, co potwierdza największa w historii umowa reasekuracji, która została zawarta z duńskim EKF, umożliwiając wprowadzenie do międzynarodowego projektu polskich dostawców. Podpisana została także umowa z Etihad Credit Insurance (ECI) ze Zjednoczonych Emiratów Arabskich o wzajemnej reasekuracji transakcji finansowania eksportu, stając się 17. takim porozumieniem łączącym KUKE z jej odpowiednikami na świecie.

W ramach inicjatywy Polish Envelope zostało zawarte pierwsze strategiczne porozumienie otwierające nowe możliwości eksportowe dla polskich firm wchodzących w skład grupy kapitałowej Alstom. Doskonale rozwijał się również program Shop in Poland, którego celem jest pomoc polskim eksporterom w zdobywaniu nowych rynków zbytu lub zwiększenie eksportu poprzez umożliwienie im udziału w dużych, zagranicznych projektach inwestycyjnych i ułatwienie nawiązania relacji biznesowych z nabywcami polskich produktów, technologii i usług. W jego bazie jest już ponad 500 firm zainteresowanych międzynarodową ekspansją gospodarczą. Jedną ze sztandarowych realizacji w ramach programu Shop in Poland jest zapewnienie finansowania i ubezpieczenie kontraktu na rozbudowę uniwersytetu w Angoli, które wykonają polskie podmioty.

## **PLANOWANE DZIAŁANIA**

Działania KUKE 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 KUKE planuje wprowadzenie:

- kompleksowej ochrony polskich eksporterów, również w zakresie zakupu towarów,
- ochrony ubezpieczeniowej polskich oddziałów przedsiębiorców zagranicznych.

# KUKE Finance – faktoring, kompleksowe zarządzanie wierzytelnościami, finansowe wsparcie przedsiębiorców

## OBSZAR DZIAŁANIA

KUKE Finance Spółka Akcyjna została powołana do życia przez Korporację Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych S.A. aktem założycielskim w dniu 3 lutego 2014 r. i zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym w dniu 10 marca 2014 r.

Działalność operacyjną Spółka rozpoczęła w listopadzie 2014 r. Siedziba Faktora mieści się w Warszawie przy ulicy Kruczej 50.

We wrześniu 2014 roku Spółka została członkiem Polskiego Związku Faktorów – organizacji, która zrzesza 24 największe instytucje (banki komercyjne i samodzielne podmioty) oferujące faktoring w Polsce.

Celem działalności KUKE Finance jest finansowanie należności krajowych i zagranicznych w ramach wszystkich dostępnych na polskim rynku produktów faktoringowych, ze szczególnym uwzględnieniem faktoringu pełnego, czyli z przejęciem ryzyka niewypłacalności Kontrahenta w oparciu o polisę ubezpieczenia należności w KUKE lub innych ubezpieczycieli. Pozostałe produkty oferowane przez KUKE Finance to faktoring z regresem, faktoring mieszany, faktoring odwrotny, dyskonto wierzytelności, a także faktoring z regresem i faktoring odwrotny z wykorzystaniem gwarancji płatniczych oferowanych przez KUKE S.A.

Misja Spółki przedstawia się następująco **„KUKE Finance tworzy warunki sprzyjające promocji polskiego eksportu i wzmocnieniu pozycji polskich przedsiębiorstw poprzez zapewnienie dostępu do finansowania zewnętrznego”**.

Jedynym akcjonariuszem KUKE Finance jest KUKE S.A., która od ponad 30 lat ubezpiecza transakcje handlowe polskich przedsiębiorców. Działalność KUKE koncentruje się na ubezpieczaniu należności z tytułu sprzedaży towarów i usług z odroczonym terminem płatności, a także na udzielaniu gwarancji ubezpieczeniowych. Jako jedyny ubezpieczyciel w Polsce KUKE ma prawo do oferowania gwarantowanych przez Skarb Państwa ubezpieczeń eksportowych.

Ścisła współpraca z KUKE daje Spółce możliwość kompleksowego zarządzania portfelem należności Klientów oraz optymalizacji w zakresie ich płynności finansowej.

W 2023 r. Spółka zrealizowała obroty w wysokości 5 763,9 mln PLN, finansując 620,8 tys. faktur wystawionych na 3 903 Kontrahentów objętych umowami faktoringu. Suma limitów na Faktorantów (Klientów Spółki) wynosi blisko 1,5 mld PLN. Przez 10 lat działalności Spółka sfinansowała faktury na łączną kwotę 6,5 mld USD.

## ADRESACI DZIAŁAŃ

Swoją ofertę KUKA Finance kieruje do segmentu małych, średnich i dużych firm. 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 120 krajów świata, wykorzystując oferowane przez KUKA S.A. ubezpieczenia gwarantowane przez Skarb Państwa wspierające gospodarczą ekspansję krajowych eksporterów na świecie. 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 150 mln PLN.

Struktura branżowa obrotów za 2023 rok przedstawia się następująco: spożywcza – 11 %, handel hurtowy/pozostałe – 11 %, metalowa – 10 %, chemiczna – 9 %, handel hurtowy/energetyka – 8 %, handel hurtowy/metale – 8 %, handel hurtowy/farmaceutyki – 7 %, motoryzacyjna – 6 %, handel hurtowy/agro – 5 %, meblarska 3 %, maszynowa – 3 %, transportowa – 3 %, pozostałe 18 %.

Struktura produktowa obrotów na koniec 2023 roku przedstawia się następująco: Faktoring klasyczny (należnościowy) – 89,1 %, odwrotny (finansowanie zobowiązań) – 10,9 %, faktoring pełny (bez regresu) – 70,1 %, niepełny (z regresem) – 29,9 %, faktoring krajowy – 76,1 %, faktoring eksportowy – 23,9 %, faktoring jawny – 96,7 %, tajny – 3,3 %.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

Obroty faktoringowe (wartość nabytych faktur brutto) zrealizowane przez KUKA Finance w 2023 roku miały wartość 5,76 mld PLN i były niższe niż obroty zrealizowane w 2022 roku o 3 % (5,95 mld PLN). Dla porównania obroty sfinansowane przez spółki faktoringowe zrzeszone w PZF osiągnęły wartość 450 mld PLN, co oznacza spadek o 2,3 %.

Polscy przedsiębiorcy uzyskali w ciągu 10 lat istnienia KUKA Finance ponad 26 mld PLN finansowania, czyli ponad 6,5 mld USD. Firma wykupiła przez ten czas łącznie prawie 1,5 mln faktur. Dzięki temu weszła do grona faktorów najbardziej liczących się na rynku. Obecnie finansuje działalność polskich przedsiębiorstw na kwotę 16 mln PLN dziennie.

Zaangażowanie mierzone saldem wypłaconych zaliczek na koniec 2023 r. wyniosło 692,7 mln PLN, suma limitów na Faktorantów (klientów) 1 509 mln PLN, liczba klientów 144, liczba odbiorców objętych umową faktoringu – 3 903, zaś liczba nabytych faktur wyniosła 620 781 sztuk.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

- Działania KUKA Finance nadal będą wpisywały się w ścieżkę stabilnego rozwoju polskich przedsiębiorców, w szczególności eksporterów lub przyszłych eksporterów i mogą być istotnym elementem oferty dla przedsiębiorców na poszczególnych etapach tej ścieżki, w szczególności w momencie poszukiwania nowych kontrahentów, kiedy



kluczowym elementem jest analiza rynku i standingu finansowego kontrahenta, czy podczas realizacji kontraktów – umów handlowych z kontrahentami.

- Spółka wprowadza produkt, który umożliwia finansowanie kontraktów eksportowych z terminem spłaty do 2 lat zabezpieczonych produktami KUKE S.A. przy jednoczesnym spełnieniu warunków obowiązujących umów kredytowych zawartych pomiędzy KUKE Finance a bankami finansującymi. Wprowadzenie tak elastycznego i jednocześnie unikatowego finansowania faktoringowego 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). Obecnie spółka jest na etapie pozyskania zgód z banku finansującego.

Spółka prowadzi prace nad wprowadzeniem oferty faktoringu pełnego – szybkiego wsparcia finansowego dla mikro-, małych i średnich firm z wykorzystaniem automatycznego limitu ubezpieczeniowego KUKE. Do tego potrzebne jest opracowanie odpowiednich procedur i wdrożenie systemu, który w sposób automatyczny będzie analizował transakcję i przyznawał lub akceptował limit finansowania. Kolejnym pomysłem jest wsparcie małych i średnich firm – eksporterów lub przyszłych eksporterów w zakresie udzielania im finansowania w ramach umów faktoringu z regresem i faktoringu odwrotnego, czyli finansowania zobowiązań. W tym celu niezbędne jest umożliwienie wprowadzenia nowego rozwiązania przez KUKE, czyli portfelowej linii gwarancyjnej dla eksporterów lub przyszłych eksporterów z segmentu małych i średnich firm. Kluczowa jest implementacja linii gwarancyjnej na zasadzie portfelowej, a nie indywidualnej. Podejście portfelowe spowoduje znaczące skrócenie procesu przyznawania limitu faktoringowego.

- 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, w tym Spółki Skarbu Państwa, stosuje zakaz cesji wierzytelności. Uniemożliwia to dostawcom ww. podmiotów, którzy mogą być jednocześnie eksporterami, możliwość finansowania obrotu i dalszej ekspansji gospodarczej na rynki zagraniczne i krajowe.
- Nadal będą prowadzone intensywne działania mające na celu zwiększenie świadomości przedsiębiorców na temat działania Grupy KUKE i dostępności istniejących i nowych instrumentów finansowania i wsparcia eksportu.

# 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.

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 Europejskiej Sieci Agencji ds. Innowacji (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). Agencja wdraża również instrumenty dedykowane do przedsiębiorców startupowych.

Obecnie w portfelu Agencji znajduje się kilkanaście działań, których celem jest internacjonalizacja polskich MŚP.

Wdrożenie kolejnych instrumentów odbywa się głównie w ramach Programów Operacyjnych perspektywy finansowej 2021–2027, w szczególności Programu *Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki 2021–2027* (FENG). W ramach tego programu wspierane jest umiędzynarodowienie firm i ich konsorcjów wdrażających kompleksowe projekty badawczo-rozwojowo-inwestycyjne, a także:

- programy rozwojowe dla innowacyjnych spółek (startupów) o charakterze akcelerycyjnym i post akcelerycyjnym,
- wsparcie promocji oraz internacjonalizacji innowacyjnych MŚP przez 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 Kłustrów Kluczowych oraz ponadregionalnych kłustrów wzrostowych.

Działania niefinansowe realizowane przez PARP mają na celu głównie: podniesienie kompetencji MŚP w obszarze innowacyjności, usprawnienie zarządzania firmą i przygotowanie do gospodarczej 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 70 kursów wspierające przedsiębiorców w obszarze finansów, marketingu, prawa, zarządzania i kompetencji. W ramach Akademii PARP r. opublikowano także szkolenia dotyczące eksportu (np. „Eksport dla początkujących”, „Marketing eksportowy”, „Spedycja i logistyka w eksporcie”). Tematyka eksportowa będzie nadal rozwijana na Portalu, który ma obecnie ponad 246 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, w ramach międzynarodowej sieci 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, matchmakingowe) – 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 28 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 m.in. 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 „Startup Booster Poland”, „Platformy Startowe”), nawiązać współpracę technologiczną z dużymi przedsiębiorcami (Programy „Scale-Up”), przygotować do przyjęcia inwestora (działanie „Pomoc Prawna dla Startupów”).

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:

- Ścieżka SMART w ramach Priorytetu 1 „Wsparcie dla przedsiębiorców”, Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki. W ramach tego instrumentu oddzielane jest kompleksowe wsparcie działalności mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, w szczególności wzmacnianie zdolności badawczo-rozwojowych i wdrażania innowacji opartych na wynikach prac B+R. W ramach tego działania udzielana jest wsparcie zielonej i cyfrowej transformacji przedsiębiorstw, a także promocji zagranicznej produktów (towarów i usług), ochrony własności przemysłowej i podnoszenie kompetencji pracowników.

W ramach działania przedsiębiorcy mogą uzyskać dofinansowanie na działania związane z promocją zagraniczną produktów wnioskodawcy oraz działania dotyczące uzyskania ochrony praw własności przemysłowej lub ich obrony w przypadku ich naruszenia.

- Działanie „Promocja marki innowacyjnych MŚP” realizowanego w ramach programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki 2021–2027 (FENG). Działanie ma na celu wzmocnienie potencjału eksportowego przedsiębiorców MŚP na rynkach międzynarodowych, w szczególności poprzez sfinansowanie ich udziału w wydarzeniach targowych wskazanych na liście wydarzeń targowych, na których będą realizowane stoiska narodowe dla sektora, w który wpisuje się projekt oraz wyjazdowych misjach gospodarczych, w celu promowania marki produktowej wnioskodawcy i Marki Polskiej Gospodarki.

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, w ramach działania pn. „Rozwój oferty klastrów dla firm”.

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, HORYZONT EUROPA, KREATYWNA EUROPA, DIGITAL „CYFROWA EUROPA”, SINGLE MARKET PROGRAMME, LIFE.

## **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 klastrów.

## **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-learningowych udostępnionych w ramach „Akademii PARP”, skorzystało dotychczas prawie 246 tys. odbiorców, którzy otrzymali ponad 216 tys. certyfikatów. Łącznie filmy i webinaria organizowane w ramach projektów CR MŚP i EEN uzyskały ponad 1,2 mln tys. wyświetleń.

Instrumenty finansowe dotyczące internacjonalizacji również cieszą się dużym zainteresowaniem odbiorców.

## **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 i spoza Europy (np. Izrael, USA, Singapur, Indie). Realizacja programu



będzie polegać na objęciu polskich startupów zainteresowanych ekspansją gospodarczą 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.

- Uzupełnieniem tego działania będzie dedykowany projekt systemowy 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 *Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki 2021–2027* (FENG). W programie tym zaplanowano wsparcie promocji oraz internacjonalizacji innowacyjnych MŚP – budowanie kompetencji i strategii gospodarczej 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 klastrów. Zostały one przewidziane w ramach Programu *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. Uczestniczy również 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 wprowadzano nowy produkt lub usługę w ponad połowie 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 2020–2021 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 gospodarczej 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 przez 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.

NCBR prowadzi konkursy 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 daje 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 PLN.

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

### **OBSZAR DZIAŁANIA**

Sieć Badawcza Łukasiewicz (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 od dnia wypełnienia formularza, 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 Łukasiewicz dysponuje już gotowym produktem lub usługą i wynosi wtedy do 5 dni roboczych.

Ponadto, w ramach Wyzwań Łukasiewicza, istnieje możliwość zidentyfikowania potencjalnego źródła dofinansowania badań ze źródeł krajowych i zagranicznych. Ekspersi 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 oraz 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 – wsparcie inwestycyjne oraz informacja

Agencja Rozwoju Przemysłu S.A. jest spółką, w której 100 proc. akcji należy do Skarbu Państwa. Jest ona instytucją rozwoju należącą do Grupy PFR. ARP S.A. udziela pożyczek na sfinansowanie inwestycji i kapitału obrotowego, realizację kontraktów, wdrożenie działań zwiększających efektywność prowadzonej działalności gospodarczej oraz restrukturyzację. Dzięki współpracy ARP S.A. i KUKI S.A. z Grupy PFR klienci ARP S.A. mają dostęp do atrakcyjnego finansowania (w formie pożyczki) wspierającego ich inwestycje w rozwój potencjału eksportowego. Gwarancja KUKI S.A. w ramach udzielanej pożyczki jest przeznaczona dla przedsiębiorców będących eksporterami lub realizujących kontrakty eksportowe. Instrument oferowany wspólnie z KUKI S.A. jest wyposażony w gwarancje Skarbu Państwa.

ARP S.A. będzie na bieżąco dostosowywać swoją ofertę finansowania do potrzeb polskich przedsiębiorców, w tym zainteresowanych gospodarczą ekspansją zagraniczną i internacjonalizacją swojej działalności. Agencja będzie w tym zakresie współpracować z instytucjami należącymi do Grupy PFR.

Ponadto, ARP S.A. za pomocą International Desk skupia i dystrybuuje informacje na temat usług firm działających w ramach Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju, czyli PAIH, KUKI, PARP, BGK, Fundusz Ekspansji Zagranicznej PFR TFI.

Korzystając z usługi International Desk, przedsiębiorca może także skorzystać z:

- ubezpieczenia eksportu w KUKI,
- 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.

## 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 wymagania 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 nawet 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 w 2020 r. doszły 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.

MRiT podejmuje 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 EUR, jak chociażby uzyskanie zezwolenia na import mleka w proszku dla dzieci do Egiptu (o szacowanej wartości ok. 5 mln EUR), 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 EUR), wycofanie się przez Arabię Saudyjską i Zjednoczone Emiraty Arabskie z zakazu w imporcie niektórych świetlówek fluorescencyjnych (o szacowanej wartości ok. 20 mln EUR), 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 EUR), 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 (m.in. 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.
- Będą podejmowane 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.
- Zainicjowane zostało 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, MRiT będzie zabiegać o tworzenie takich grup z innymi krajami członkowskimi.
- MRiT widzi 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.
- Będzie promowany 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 zrzeczeń, 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.

- W tym kontekście szczególne znaczenie dla zwiększenia możliwości gospodarczej ekspansji zagranicznej polskich eksporterów (importerów), zwłaszcza MŚP, ma wykorzystanie unijnej bazy danych Access2Markets, która zawiera wszelkie niezbędne informacje dotyczące dostępu do rynku ponad 130 krajów poza-UE, daje możliwość oceny szans wejścia na konkretny rynek, jak również zawiera bazę danych nt. barier w handlu, inwestycjach, usługach krajów trzecich wobec UE, których eliminacja jest kluczowym elementem współpracy Komisji Europejskiej, krajów UE, unijnego, w tym polskiego biznesu. Portal daje też możliwość składania przez polski biznes skarg bezpośrednio do Komisji Europejskiej nt. napotykanых barier w krajach trzecich w ramach Single Entry Point (więcej w pkt: MRiT – umowy o wolnym handlu).
- W zakresie identyfikacji i eliminacji barier w handlu dla UE, w tym Polski, istotnym narzędziem na poziomie Światowej Organizacji Handlu (WTO) jest także portal ePing, który daje dostęp do informacji nt. bieżącego otoczenia regulacyjnego w zakresie notyfikacji technicznych przepisów w handlu (TBT), sanitarnych i fitosanitarnych (SPS) dla produktów dokonywanych przez ponad 160 krajów WTO, jak również handlowych



spraw spornych (barier w handlu), punktów kontaktowych TBT i SPS w krajach trzecich. Tym samym, już na etapie przygotowania projektu regulacji przez dany kraj trzeci, polski przedsiębiorca może ocenić, czy proponowane zmiany regulacyjne mogą (lub nie) skutkować ograniczeniami w handlu międzynarodowym (wg. danych WTO bariery TBT, SPS odpowiadają za ponad połowę barier w handlu międzynarodowym).

- 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 projekty realizowane 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.

MRiT 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.”, który przedstawia przedsiębiorcom korzyści płynące ze współpracy z organizacjami międzynarodowymi, poparte konkretnymi przykładami,
  - 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, a także
  - „Analiza branż polskiej gospodarki i rynków perspektywicznych z punktu widzenia możliwości realizacji zamówień organizacji międzynarodowych, jak również projektów ze wsparciem międzynarodowych instytucji finansowych”,
- 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. 50–70 mld USD. Tylko organizacje systemu ONZ ogłosiły w 2023 r. przetargi na kwotę 24,9 mld USD, ale pomimo spadku o ponad 15 % wobec roku 2022 i 2021, gdy było to każdorazowo 29,6 mld USD, jest to trzeci wynik w historii ONZ. Uczestnictwo firm polskich w przetargach organizacji i agencji międzynarodowych nadal jest na stosunkowo niskim poziomie, tym niemniej w latach 2022–2023 nastąpił gwałtowny wzrost udziału firm polskich w zamówieniach ONZ. Polskie firmy dostarczyły do ONZ w 2023 r. towary i usługi za 60,7 mln USD, a w 2022 r. 71,7 mln USD, natomiast we wcześniejszych latach było to zaledwie 3,5–4,9 mln USD. Polska zajęła zatem 77. miejsce wśród 195 dostawców ONZ w 2023 r. i 70 w 2022 r. W latach poprzednich, znajdowała się natomiast na 158–161 miejscu.

Udział Polski dla zamówień systemu Narodów Zjednoczonych wynosił w 2023 i 2022 roku 0,24 %, natomiast w 2021 r. – zaledwie 0,02 %.

W 2023 r. odnotowano rekordowy wzrost liczby polskich firm zarejestrowanych w bazach potencjalnych dostawców ONZ – 1446 firm, wobec 1080 w 2022 r., 970 w 2021 r. i 707 firm w 2020 r.

Oprócz ONZ, zamówienia publiczne ogłaszane są przez takie organizacje, jak m.in.: Grupa Banku Światowego (16 mld USD w 2023 r., 21,1 mld USD w 2022 r. i 17,3 mld

USD w 2021 r.), NATO, Międzynarodowy Czerwony Krzyż, OECD i IEA (150 mln USD w 2023 r., 143 mln USD w 2022 r. i 134 w 2021 r.), międzynarodowe instytucje finansowe – EBOR, EBI, ABII oraz inne wyspecjalizowane agencje międzynarodowe.

Wzrost zainteresowania i udziału firm polskich w zamówieniach ONZ jest efektem przede wszystkim intensywnego programu szkoleń, organizowanych przez Ministerstwo Rozwoju i Technologii. Tylko w 2023 r. MRiT zorganizowało lub współorganizowało 35 wydarzeń w całej Polsce. Od 2020 r., gdy rozpoczęto tę działalność, odbyło się blisko 70 szkoleń, w których uczestniczyło ok. 2,5 tys. osób. Resort rozwoju idzie dalej i w tym roku, we wrześniu, zorganizuje szkolenie dla szkoleniowców.

## 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 podejmowane 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. Stanowią one 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, antysubsydyne, 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 mające na celu znalezienie współwnioskodawców z innych państw UE.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

Poprzez omawiane działania zapewniana jest ochrona całym branżom. Wzmacniane są w ten sposób zasady uczciwej konkurencji na obszarze Unii Europejskiej. Ochronione zostały m.in. 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 przemysłach 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 wnioskowi 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 zawieszek 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 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 zawieszeń 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 ponad 400 wniosków o modyfikację ochrony celnej. Ponad 200 wniosków jest lub było objętych zawieszeniami poboru ceł/kontyngentami taryfowymi.

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 PLN.

## **PLANOWANE DZIAŁANIA**

Działania te prowadzimy na rzecz wszystkich polskich przedsiębiorców i będą one kontynuowane. Niemniej dostrzegamy potrzebę podnoszenia poziomu wiedzy o możliwościach obniżenia kosztów importu zaopatrzeniowego. 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 – 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 wyniosła 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 do 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.

MRiT nadal będzie wpływać na uwzględnienie polskich interesów gospodarczych w negocjowanych przez Komisję Europejską umowach o wolnym handlu.



### 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) wyniósł ok. 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 wolnym handlu przeprowadzone w UE pokazały, że firmy często wołały 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 napotykanych 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 prowadzą 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 i inwestycji zagranicznych

## MRiT

### OBSZAR DZIAŁANIA

MRiT wdraża koncepcję marki polskiej gospodarki już od ponad 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 gospodarczą 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,
- 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.

Dofinansowanie skierowane bezpośrednio do przedsiębiorców, uzupełnione jest działaniami systemowymi MRiT, skupiającymi się na promocji całych sektorów i polegającymi na organizacji narodowych stoisk informacyjno-promocyjnych na największych i najbardziej prestiżowych wydarzeniach targowych w danej branży/sektorze, 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 2029 roku skupiamy się na promocji 15 sektorów (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 gospodarczej 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.

## REALIZOWANE 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 jest realizowany w ramach Programu FENG.

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. Działania te będą realizowane na portalu trade.gov.pl. W realizację projektów będą zaangażowane: PAIH, PARP, KOWR oraz POLSA i będą skierowane do przedsiębiorców zainteresowanych wykorzystaniem internetu w działaniach eksportowych.

Harmonogram – I półrocze 2024 r. – 2029 r.

## MSZ

### OBSZAR DZIAŁANIA

Wyzwania aktualnie stojące przed Polską i UE są związane z potrzebą zapewnienia długoterminowej konkurencyjności i odporności, rozumianej także jako bezpieczeństwo gospodarcze. To będzie wymagać pogłębienia jednolitego rynku i usunięcia barier w kluczowych obszarach, jak: usługi, przemysł obronny, czy energetyczny.

Kształtowanie unijnej polityki przemysłowej powinno zakładać wsparcie konkurencyjności gospodarki UE. W pierwszej kolejności wsparcie to powinno polegać na zmniejszeniu obciążenia regulacyjnego oraz na dalszej ewolucji polityki handlowej: eliminowanie niedozwolonych praktyk handlowych i przywrócenie konkurencji m.in. poprzez ograniczenie negatywnych skutków dla europejskiego przemysłu, które wynikają z obciążeń regulacyjno-klimatycznych.

W ramach Agendy Strategicznej UE na lata 2024–2029 dla Polski kluczowe są dwa priorytety: niezachwiane wsparcie dla Ukrainy oraz szeroko rozumianego

bezpieczeństwa obejmującego m.in. obronność, odporność gospodarczą, bezpieczeństwo energetyczne, żywnościowe oraz ochronę granic.

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 prawno-traktatowej i tworzeniu przyjaznego otoczenia prawnego,
- pomocy w nawiązywaniu kontaktów z instytucjami administracji rządowej i lokalnej.

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 prawno-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 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, zawarte zostało szereg porozumień regulujących zasady współpracy z ULC, PAiH S.A., MRiT, PIE, KIG, GUS, PARP, RARS, ABM i KOWR.

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 gospodarczej ekspansji na rynki zagraniczne.

Oczekiwania przedsiębiorców 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 gospodarczą na obszary o podwyższonym ryzyku politycznym i handlowym. Wzrost udziału wartości wymiany handlowej z krajami spoza Europy oznacza konieczność przełamywania 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 ambasady w Tanzanii, Panamie, na Malcie i w Mongolii oraz w 2022 r. w Rwandzie i Sudanie, a także 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. Polska chce 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 gospodarczej 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**

MSZ regularnie wspiera polskie firmy aktywne na rynkach zagranicznych, z czego na Europę przypada statystycznie blisko 45 % działań dyplomatycznych w tym obszarze. Stanowi to potwierdzenie, że najważniejsze interesy gospodarcze (handlowe i inwestycyjne) realizowane są nadal na rynkach państw europejskich, w tym w głównej mierze w Unii Europejskiej. Niemniej odnotowujemy również stopniowo wzrost zainteresowania przedsiębiorstw rynkami pozaeuropejskimi – wiele firm korzysta z pomocy naszych placówek zagranicznych w regionie Azji i Pacyfiku, na obszarze państw byłego ZSRR, w regionie Afryki i Bliskiego Wschodu i w obu Amerykach.

## **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, cyberbezpieczeństwa, 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.
- W ramach udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO 2025 w Osace, zorganizowane będą misje przyjazdowe japońskich przedsiębiorców i dziennikarzy do Polski. W trakcie EXPO zostanie zorganizowane Polsko-Japońskie Forum Eksportowe, które zostało zaplanowane na maj 2025 r. oraz Polsko-Japońskie Forum Inwestycyjne,

które zaplanowane zostało na wrzesień 2025 r. Dodatkowo w ramach udziału w EXPO i w trakcie trwających wydarzeń targowych, zorganizowane zostaną wydarzenia branżowe w Japonii dla branż określonych jako perspektywiczne.

Dodatkową formą promocji będą działania komunikacyjne prowadzone w mediach tradycyjnych w Japonii i w mediach społecznościowych kierowane do odbiorcy japońskiego.

W Pawilonie Polski, w ramach jednej ze stref ścieżki zwiedzania, zaprezentowane zostaną przykłady sukcesów i dokonań polskich firm reprezentujących sześć branż, które zostały zdefiniowane jako najbardziej perspektywiczne na rynku japońskim. Dzięki takiej formie prezentacji, szerokie grono odbiorców będzie mogło zapoznać się z polskimi markami oraz ogólnie, poznać potencjał polskiej gospodarki.

## PARP

### OBSZAR DZIAŁANIA

W 2023 r. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości rozpoczęła oficjalnie realizację sześciu sektorowych programów promocji w ramach FENG.

Sektory, dla których będą realizowane działania: budownictwa, teleinformatyczny (ICT – Information and Communications Technology), farmaceutyczny i wyrobów medycznych, przemysłu kreatywnego, elektroniki profesjonalnej, zielonych technologii.

W ramach programu przewidziano organizację polskich stoisk narodowych (1-3 rocznie) na wybranych targach zagranicznych, misji przyjazdowych (sektor przemysłu kreatywnego) i przygotowanie raportów branżowych.

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 m.in. w Azerbejdżanie, Mołdawii, Mongolii, Uzbekistanie.

### ADRESACI DZIAŁAŃ

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

### EFEKTY DZIAŁAŃ

Efektem działań realizowanych przez PARP jest promocja branż kluczowych dla innowacyjności polskiej gospodarki.

Działania dotyczące promocji Marki Polskiej Gospodarki były dotychczas realizowane przez PARP w partnerstwie z MRiT, w ramach „Branżowego programu promocji branży IT-ICT” oraz „Branżowego programu promocji sprzętu medycznego”.

W ramach pierwszego z ww. programów PARP zorganizował w sumie 27 stoisk na 4 kontynentach, odwiedzając z polskimi firmami 12 krajów, a w nich – 16 różnych imprez targowych i konferencyjnych. Niemal połowę wydarzeń, na których zorganizowaliśmy stoiska, stanowiły imprezy startupowe, takie jak Web Summit w Lizbonie, Pioneers Festival w Wiedniu, DLD w Tel Awiwie czy Techcrunch Disrupt w San Francisco. Nie zabrakło nas też jednak na „tradycyjnych” targach, np. GITEX GLOBAL w Dubaju, Mobile World Congress w Barcelonie czy Futurecom w Sao Paulo.

W sumie z naszych stoisk skorzystało niemal 700 polskich firm, w tym prawie 540 z nich przynajmniej raz pojawiło się osobiście. Przedsiębiorcy, którzy zdecydowali się podzielić z nami konkretnymi liczbami nowych nawiązanych kontaktów, wskazali na niemal 3000 relacji.

31 grudnia 2022 r. zakończyła się realizacja Branżowego Programu Promocji branży sprzętu medycznego, którego Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) została Operatorem w 2020 roku. W ciągu dwóch lat trwania programu zorganizowaliśmy 8 polskich stoisk informacyjno-promocyjnych na wiodących targach medycznych w Europie, Azji i w Ameryce Północnej, m. in. na targach Arab Health, Medica, FIME, EXPOMED Stambul czy Rehacare. Działania zrealizowane w ramach Programu miały na celu promocję polskiej branży sprzętu medycznego za granicą oraz wsparcie polskich przedsiębiorców z sektora medycznego w poszukiwaniu partnerów biznesowych na wybranych rynkach.

W ciągu dwóch lat realizacji Programu, z możliwości promocji swojej oferty na zorganizowanych przez PARP stoiskach skorzystało łącznie 308 polskich firm, z czego 198 było obecnych w charakterze zwiedzających targi. Z zebranych od uczestników polskich stoisk ankiet wynika, że nawiązali oni nowe kontakty z 980 partnerami zagranicznymi, z którymi mieli okazję spotkać się na poszczególnych targach.

W ubiegłych latach 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 r. realizowane były, we współpracy z PAIH, działania podczas Światowej Wystawy EXPO w Dubaju, oraz w 2022 r. podczas targów Gamescom w Kolonii.

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, w perspektywie do 2029 r. 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 *Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki* – alokacja PARP.

Działania realizowane w ramach nowej perspektywy – koniec 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, 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. Obserwowane jest zwiększające się zapotrzebowanie uczestników sektora rolno-spożywczego na działania wspierające wymianę handlową z zagranicą, w szczególności wspierające eksport polskiej żywności.

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.

KOWR realizuje działania w kierunku zwiększania eksportu oraz umacniania pozycji, rozpoznawalności i konkurencyjności oraz kształtowania pozytywnego wizerunku polskich produktów rolno-spożywczych 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 2024 r. poz. 700 i 1964). Działania te są realizowane między innymi poprzez organizowanie udziału uczestników tego sektora w przedsięwzięciach promocyjnych i informacyjnych.

Wykorzystując dotychczasowe doświadczenia, KOWR koncentruje się na najbardziej efektywnych formach działań informacyjno-promocyjnych, dzięki którym oferta eksportowa polskich przedsiębiorców sektora rolno-spożywczego trafia do szerokiego grona odbiorców na rynkach zagranicznych.

W ramach wspierania rozwoju współpracy handlowej sektora rolno-spożywczego z zagranicą, KOWR prowadzi między innymi następujące działania promocyjno-informacyjne:

- organizacja stoisk narodowych na zagranicznych targach i wystawach w wybranych krajach unijnych i trzecich,
- organizacja misji handlowych z udziałem zagranicznych i polskich przedsiębiorców sektora rolno-spożywczego,
- organizacja spotkań biznesowych (typu B2B) i sesji pitchingowych z potencjalnymi zagranicznymi kontrahentami polskich przedsiębiorców sektora rolno-spożywczego,
- organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych oraz webinarów dla polskich przedsiębiorców w celu przedstawienia warunków prowadzenia biznesu i zwyczajów handlowych funkcjonujących na wybranych rynkach,
- organizacja pokazów kulinarnych oraz degustacji polskich specjalności żywnościowych, głównie na stoiskach narodowych organizowanych podczas zagranicznych wydarzeń targowych,
- organizacja multi i bilateralnych spotkań, seminariów i konferencji w kraju i za granicą,
- organizacja wizyt w Polsce zagranicznych dziennikarzy branżowych oraz influencerów aktywnych w mediach społecznościowych w obszarze promowania żywności,
- organizacja spotkań z przedstawicielami polskich i zagranicznych organizacji branżowych sektora rolno-spożywczego,
- publikacja materiałów informacyjno-promocyjnych w zagranicznej prasie oraz w mediach społecznościowych w celu promowania polskiego sektora rolno-spożywczego i jego potencjału eksportowego oraz informowania o działaniach promocyjnych realizowanych przez KOWR na rynkach docelowych,
- prowadzenie w kilku językach strony internetowej <https://www.polandtastesgood.pl/pl/>, skierowanej również do odbiorcy zagranicznego, a także profilu *Poland Tastes Good* na Facebooku oraz LinkedIn,
- opracowanie broszur i folderów informacyjnych, plakatów itp. promujących polską żywność, kuchnię i tradycję kulinarną oraz sektor rolno-spożywczy,
- komunikowanie, w ramach przygotowań prac międzyrządowych komisji ds. współpracy gospodarczej, kwestii i postulatów zgłaszanych do KOWR przez krajowych przedsiębiorców sektora rolno-spożywczego w zakresie problemów w dostępie do rynków zagranicznych oraz utrudnień w handlu.

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

- administrowanie 10 funduszami promocji produktów rolno-spożywczych utworzonymi w celu wspierania marketingu rolnego, wzrostu spożycia oraz wzmocnienia wizerunku polskich produktów rolno-spożywczych,
- nadzorowanie i rozliczanie realizacji branżowych i/lub międzybranżowych programów prostych w ramach mechanizmu Wspólnej Polityki Rolnej „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych”,
- prowadzenie działań promocyjnych, informacyjnych, edukacyjnych i kulturalnych na poziomie ogólnopolskim, regionalnym i lokalnym w celu popularyzacji żywności



wytwarzanej w ramach krajowych i unijnych 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 hasła „#KupujŚwiadomie”, mającego zachęcać społeczeństwo do czytania etykiet, podejmowania świadomych decyzji zakupowych oraz do patriotyzmu konsumenckiego). Informacje o ww. działaniach, w tym m.in. kalendarz wydarzeń i formularz zgłoszeniowy dla firm, są publikowane na [www.kupujswiadomie.gov.pl](http://www.kupujswiadomie.gov.pl) oraz [KUPUJSWIADOMIE.gov.pl](http://KUPUJSWIADOMIE.gov.pl) na Facebooku,

- 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 i stowarzyszenia branżowe skupiające przedsiębiorców poszczególnych branż polskiego sektora rolno-spożywczego,
- instytucje administracji publicznej i samorządowej zajmujące się promocją eksportu,
- polskie placówki zagraniczne, 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 i międzybranżowe, grupy producenckie oraz izby handlowe działające w wybranych krajach,
- dziennikarze z mediów zagranicznych i krajowych, influencerzy aktywni w mediach społecznościowych
- grupy opiniotwórcze.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

Rok 2023 przyniósł kolejne istotne wzrosty w eksporcie towarów rolno-spożywczych. Wartość eksportu ogółem towarów rolno-spożywczych z Polski w 2023 r. osiągnęła rekordowe 51,8 mld EUR (236 mld PLN) i była o 8,1 % wyższa niż przed rokiem. Jednocześnie udział eksportu rolno-spożywczego w wartości całego polskiego eksportu zwiększył się z 13,8 % w 2022 r. do 14,7 % w roku 2023. Dodatkowo saldo wymiany handlowej wyniosło 18,6 mld EUR (85 mld PLN) i było o 19 % wyższe niż w 2022 r. Produkty rolno-spożywcze są eksportowane z Polski przede wszystkim na rynek unijny (ok. 73 %).

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. W trudnym procesie wprowadzania i utrzymania oferty na rynkach zagranicznych, polskie przedsiębiorstwa potrzebują i oczekują wsparcia instytucjonalnego.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Przerwanie łańcuchów dostaw spowodowane pandemią COVID-19 oraz konfliktami zbrojnymi toczącymi się 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 polskiego sektora rolno-spożywczego będzie zależeć w dużej mierze od atrakcyjności cenowej i jakościowej oferty polskich produktów na arenie międzynarodowej oraz skuteczności działań na rzecz rozwoju eksportu.

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

W związku z powyższym istnieje potrzeba rozszerzania instrumentów zapewniających skuteczną promocję branżową, której celem jest zdobycie nowych i umocnienie pozycji na dotychczasowych rynkach zbytu, a w konsekwencji wzrost sprzedaży polskich produktów. 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.

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 całego sektora. Oprócz działań bezpośrednio wspierających przedsiębiorców, rolą KOWR jest także budowanie oraz wzmacnianie, w zależności od rynku, pozytywnego wizerunku Polski oraz polskiego sektora rolno-spożywczego i jego produktów eksportowych.

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 wysokoprzetworzonych w stosunku do udziału surowców i produkcji niskoprzetworzonej,
- zwiększenia liczby nowych przedsiębiorstw wchodzących ze swoją ofertą na rynki zagraniczne, jak również zwiększenia skali sprzedaży przedsiębiorstw mających już doświadczenie w działalności eksportowej,
- umocnienia pozytywnego wizerunku polskiej żywności – pod wspólnym hasłem „Poland tastes good” – na rynkach, gdzie polska żywność jest już obecna, ale wymaga

dalszego wsparcia promocyjnego, oraz wykreowania rozpoznawalności polskiej żywności, jako smacznej i reprezentującej wysokie standardy jakości na nowych rynkach zbytu, uznanych za perspektywiczne,

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

Dodatkowo KOWR został partnerem Ministerstwa Rozwoju i Technologii w zakresie realizacji Projektu „Umiędzynarodowienie MŚP – BRAND HUB”, działanie 2.26, w ramach Programu „Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki 2021-2027” (FENG). KOWR, w latach 2024-2029, będzie odpowiedzialny za realizację sektorowego programu promocji sektora spożywczego.

Program zorientowany jest na wsparcie małych i średnich przedsiębiorstw z sektora spożywczego w ekspansji gospodarczej na rynki zagraniczne. Działania realizowane w ramach programu będą obejmowały m.in. organizację **narodowych stoisk informacyjno-promocyjnych** na najważniejszych targach branży spożywczej na świecie i organizację **misji handlowych**. Planowane działania promocyjne mają na celu przedstawienie polskich produktów rolno-żywnościowych partnerom zagranicznym, jako naturalnych, smacznych i reprezentujących wysokie standardy jakości, jak również promocję Polski, jako kraju o bogatych tradycjach kulinarnych, a jednocześnie otwartego na innowacje i zaawansowanego technologicznie pod względem produkcji i przetwórstwa żywności.

## Polska Organizacja Turystyczna

### OBSZAR DZIAŁANIA

Polska Organizacja Turystyczna (POT) – realizując zadania określone w ustawie z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz. U. z 2024 r. poz. 1541) – 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](http://polska.travel) w wielu 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 2023 r. 33,1 mld PLN.

Polska Organizacja Turystyczna także realizowała 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 do dnia 31 grudnia 2022 r.

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 zawieszone), 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 także zadanie publiczne w zakresie promocji Polski przez polskich sportowców indywidualnych, rozpoznawalnych i odnoszących sukcesy na arenie międzynarodowej, a także przez kluby sportowe w sportach drużynowych biorące udział w międzynarodowych rozgrywkach sportowych. Zgodnie z założeniami programu o roboczej nazwie „Wsparcie Mistrzów”, realizowane są kampanie promocyjne wykorzystujące rozpoznawalność polskich gwiazd sportu oraz popularność sportów drużynowych, w których Polskę z sukcesami reprezentują kluby sportowe, które to kampanie mają na celu zwiększenie zainteresowania wśród turystów zagranicznych Polską i zaprezentowanie naszego kraju jako ciekawego kierunku turystycznego, co powinno przełożyć się na większy ruch turystyczny.

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 liczного 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 Zagraniczne Ośrodki POT oraz na wybranych rynkach dalekich m.in. w krajach Zatoki Perskiej. Statut POT przewiduje powołanie 16 takich ośrodków, niemniej ze względu na trwającą wojnę działalność

ośrodka w Kijowie jest zawieszona, a ośrodek w Tel Awiwie nie ukonstytuował się z powodu napiętej sytuacji w regionie.

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 2023 r. w ramach prowadzonych działań pro eksportowych POT zorganizowała 28 Polskich Stoisk Narodowych na międzynarodowych targach turystycznych i turystyki biznesowej, przeprowadziła warsztaty branżowe i prezentacje, zorganizowała podróże studyjne dla 424 dziennikarzy i influencerów oraz 247 touroperatorów z rynków zagranicznych, współpracowała z European Travel Commission, zrealizowała kampanię



Poland. More than you expected – MICE, którą nominowano do nagrody MP IMPACT Awards 2023, a także prowadziła działania w Internecie, takie jak m.in. „Poland Soul Travel 2”, „Poland Open Hearts, Open Arms”, „Hic! Holidays”, „City Break”, oraz kampanie dedykowane turystyce kulinarnej, miejskiej, kulturowej, aktywnej, a także kampanie promujące Polskę w ramach projektu UNESCO oraz w kontekście Igrzysk Europejskich 2023 na wybranych rynkach zagranicznych.

## 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 gospodarczej ekspansji zagranicznej, a także aktywny udział w procesie tworzenia i zmian międzynarodowych aktów prawnych. Bank ma już swoje przedstawicielstwa w Londynie, Frankfurt nad Menem i Brukseli. BGK poprzez sieć międzynarodowych przedstawicielstw wzmacnia wiedzę oraz świadomość wśród inwestorów zagranicznych o możliwościach inwestycyjnych oraz konkurencyjności polskiej gospodarki, a także pozyskuje informacje na temat możliwości biznesowych na lokalnych rynkach.

### 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 dnia 26 września 2014 r. o Polskiej Agencji Kosmicznej (Dz. U. z 2020 r. poz. 1957). Jej zadaniem jest wspieranie rozwoju polskiego sektora kosmicznego, w tym przez 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 Krajowego Programu Kosmicznego, który będzie oferował zestaw narzędzi do realizacji celów Polskiej Strategii Kosmicznej.

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>1</sup>, co dało ogromny impuls dla krajowych podmiotów, w tym przede wszystkim w działalności eksportowej. Od swojego powstania w 2014 r., Polska Agencja Kosmiczna aktywnie współpracuje z organizacjami międzynarodowymi. 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. POLSA prowadzi także 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, seminariów i konferencji oraz informacyjno-promocyjną, w tym w mediach społecznościowych.

---

<sup>1</sup> Rzeczpospolita Polska przystąpiła do ESA na podstawie umowy 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).

## 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

Swoje bieżące działania POLSA planuje z uwzględnieniem przepisów Polskiej Strategii Kosmicznej (PSK), w tym w szczególności bierze udział w opracowaniu 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”.

# 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 tego programu 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 zależą każdorazowo od biznesplanu i strategii przyjętej przez spółkę. Najczęściej przyjmowany przedział w początkowej fazie działalności to od kilkuset tysięcy do 5 mln PLN.

## ADRESACI DZIAŁAŃ

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

## EFEKTY DZIAŁAŃ

Efektem 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 inwestycyjnego, 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. **Należą do nich między innymi zwolnienia podatkowe w ramach**

**Polskiej Strefy Inwestycji (PSI) oraz granty w ramach Programu wspierania inwestycji o istotnym znaczeniu dla gospodarki polskiej na lata 2011–2030 (Program grantowy).** Z uwagi na to, że niezwykle ważne jest stawianie na rozwój firm, działania rządu nastawione są na przyciąganie inwestycji wysoko zaawansowanych technologicznie, o innowacyjnym charakterze oraz wsparcie rozwoju firm (m.in. przez system ulg podatkowych). Odnosi się to przede wszystkim do inwestycji strategicznych dla rozwoju gospodarki kraju oraz o statusie B+R (Badania i Rozwój). Programy wsparcia inwestycji zwiększają konkurencyjność gospodarki Polski. W ostatnich latach stworzono ekosystem prorozwojowy, który zapewnia stały napływ nowych projektów inwestycyjnych – zarówno polskich, jak i zagranicznych przedsiębiorców.

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. Przyciąganie nowych inwestycji do Polski należy do priorytetowych działań rządu.

Niezwykle ważnym elementem polityki inwestycyjnej Polski jest pozyskiwanie Bezpośrednich Inwestycji Zagranicznych.

Polska ma stabilną gospodarkę o ugruntowanej pozycji makroekonomicznej. Unikalne warunki do prowadzenia i otwierania biznesu są wspierane przez wielokrotnie potwierdzoną odporność na kryzysy gospodarcze. Duży rynek wewnętrzny to ponad 38 milionów konsumentów w Polsce, oraz łatwy dostęp do rynku Unii Europejskiej obejmującego 500 milionów konsumentów, a także krajów Europy Wschodniej. To wszystko tworzy korzystne środowisko, któremu zaufały tysiące inwestorów. W ostatnich latach wyróżniamy się pod względem przyciągania zagranicznych inwestycji zagranicznych. Wiele największych światowych firm zdecydowało się na lokalizację nowej inwestycji w Polsce. Dziś inwestują w naszym kraju firmy z najbardziej zaawansowanych technologicznie branż. Na tle naszych sąsiadów mamy bardzo dobry program przyciągania inwestycji zagranicznych, który przyczynia się do dynamicznego napływu inwestycji na terenie całego kraju. O efektywności tych programów świadczy utrzymujące się zainteresowanie inwestorów zagranicznych realizacją kolejnych projektów, w tym w sektorze motoryzacyjnym i nowoczesnych technologii.

Wsparcie jest dostępne dla firm na każdym etapie działalności, bez względu na ich wielkość. Zarówno mikro i małe firmy, jak i średnie oraz duże przedsiębiorstwa, mogą dziś korzystać ze wsparcia np. w formie zwolnienia podatkowego w ramach Polskiej Strefy Inwestycji lub wsparcia z Programu grantowego. Dostępne wsparcie stanowi istotny element zachęty inwestycyjnej, który przyczynia się do stałej dynamizacji tempa rozwoju gospodarczego. Ostatnie lata pokazały nam, że przyjęliśmy słuszną drogę w zakresie wsparcia inwestycji. Nasz kraj jest z każdym rokiem coraz bardziej atrakcyjnym kierunkiem do prowadzenia biznesów. Doceniają nas eksperci, a przede wszystkim firmy z całego świata – decydując się na inwestycje w Polsce.

## **ADRESACI DZIAŁAŃ**

Instrumenty wsparcia adresowane są do wszystkich przedsiębiorców tj. zarówno mikro i małych firm, jak i średnich oraz dużych przedsiębiorstw.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

W ostatnich latach zanotowano stały napływ nowych inwestycji do Polski. 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. Oba instrumenty są wobec siebie komplementarne, tworząc efekt synergii, który skutecznie stymuluje napływ nowych inwestycji do kraju. 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 (PSI), czyli **instrument wsparcia zastępujący Specjalne Strefy Ekonomiczne, zainicjowany 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 ramach Polskiej Strefy Inwestycji, pomimo licznych obaw związanych z pandemią. W sumie w 2020 r. wydano 372 decyzje o wsparciu na realizację nowej inwestycji (o 19 więcej niż w 2019 r.), o wartości ponad 15,2 mld zł, z deklaracją utworzenia prawie 6 tys. 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 poradziły sobie tylko Irlandia, Litwa, Estonia, Luksemburg i Dania<sup>2</sup>.

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

Natomiast 2021 r. 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 r. w liczbie projektów zanotowano wzrost o 92 % r/r, wzrost o 245 % wartości inwestycji oraz wzrost o 286 % liczby 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.

---

<sup>2</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)

Świadczą o tym sukcesywnie wydawane decyzje na wsparcie nowych inwestycji, 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.

Jednocześnie, największym sukcesem Polskiej Strefy Inwestycji jest utrzymanie dotychczasowych zobowiązań przedsiębiorców w zakresie zatrudnienia. PSI jest gwarantem stabilnego napływu nowych miejsc pracy. Miało to również miejsce w ostatnich latach, pomimo negatywnych trendów gospodarczych. Pandemia COVID-19, a następnie wybuch wojny w Ukrainie były czasem, kiedy wiele firm rozważyło 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.

Od 2022 r. gospodarka pozostawała pod silnym wpływem wydarzeń zewnętrznych. Rosyjska agresja na Ukrainę wpłynęła na wzrost cen, ponowne zakłócenia w łańcuchach dostaw i wywołała niepewność, co przełożyło się na decyzje inwestycyjne przedsiębiorstw i zakupowe konsumentów.

W ramach PSI w 2023 r. wydano 536 decyzji o wsparciu, na wartość inwestycji 18,3 mld zł oraz z deklaracją stworzenia przez inwestorów 7 176 nowych miejsc pracy. Pod względem liczby decyzji był to drugi najlepszy wynik roczny w historii PSI. Natomiast w 2024 r. do końca września wydano 348 decyzji o wsparciu, na wartość inwestycji 8,3 mld PLN oraz z deklaracją utworzenia 2 163 nowych miejsc pracy. W porównaniu do końca września 2023 roku w liczbie projektów zanotowano wzrost o 4 % rok do roku, spadek o 35 % deklarowanej wartości inwestycji oraz spadek o 58 % w liczbie nowych miejsc pracy.

W ramach PSI od początku jej funkcjonowania (od września 2018 r.) wydano łącznie ponad 2,3 decyzji o wsparciu, na 112,2 mld zł deklarowanej wartości inwestycji, które zagwarantowały ponad 46,2 tys. nowych miejsc pracy.

**Działania rządu w zakresie przyciągania nowych inwestycji nie ograniczają się jedynie do instrumentu strefowego.** Program wspierania inwestycji o istotnym znaczeniu dla gospodarki polskiej na lata 2011–2030 (Program grantowy) 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 grantowego możliwe jest dofinansowanie (wsparcie przyznawane jest w formie dotacji na podstawie umowy zawartej pomiędzy Ministrem Rozwoju i Technologii a inwestorem) zarówno dużych inwestycji strategicznych, jak i średniej wielkości projektów innowacyjnych. Premiowane są przedsięwzięcia adaptujące nowoczesne technologie i przewidujące prowadzenie działalności badawczo-rozwojowej. Umowa reguluje w szczególności warunki wypłaty dotacji oraz harmonogram realizacji inwestycji.

W ramach Programu grantowego, wsparcie inwestycji może być udzielane z dwóch tytułów: kosztów kwalifikowanych tworzenia nowych miejsc pracy albo kosztów inwestycji w rzeczowe aktywa trwałe oraz wartości niematerialne i prawne. Program jest w całości finansowany ze środków budżetu państwa.

Od początku realizacji Programu grantowego do dnia 30 października 2023 r., minister właściwy do spraw gospodarki podpisał z przedsiębiorcami 164 umowy o udzielenie



pomocy publicznej. W ramach przyznanego wsparcia przedsiębiorcy zobowiązali się ponieść łączne koszty inwestycji w wysokości 32,2 mld PLN oraz do utworzenia 30 489 nowych miejsc pracy, w tym 18 677 dla osób z wyższym wykształceniem.

Dzięki wsparciu finansowemu w ramach Programu grantowego mogą rozwijać się najbardziej zaawansowane i pożądane projekty. Badania i Rozwój są tym typem inwestycji, które do końca 2022 r. w ramach Programu otrzymały największe wsparcie na koszty inwestycji (8,4 % to odsetek wsparcia do kosztów inwestycji) oraz na tworzenie nowych miejsc pracy (10 438 PLN na jedno miejsce pracy). Z kolei produkcja motoryzacyjna, w tym elektromobilność, jest sektorem z największymi nakładami na inwestycje i największym otrzymanym wsparciem – odpowiednio 21,8 mld PLN oraz 0,9 mld PLN. Centra usług wspólnych (SSC) deklarują natomiast największą liczbą zatrudnionych osób – 14 tysięcy. 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.

W 2021 r., w związku ze spowolnieniem gospodarczym spowodowanym trwaniem pandemii, znowelizowano program. Zmiany były wprowadzone czasowo – jedynie do końca 2021 r. Nowe przepisy były nastawione na przeciwdziałanie negatywnym następstwom gospodarczym pandemii. Wsparcie stało się bardziej dostępne dla małych i średnich firm, poprzez zmniejszenie obowiązujących kryteriów minimalnych nakładów inwestycyjnych.

Doświadczenia z realizacji Programu grantowego w 2021 r. zostały wykorzystane przy planowaniu nowelizacji. Uchwałą nr 91/2023 z dnia 5 czerwca 2023 r. Rada Ministrów przyjęła nowelizację „Programu wspierania inwestycji o istotnym znaczeniu dla gospodarki polskiej na lata 2011–2030”. Wsparcie stało się bardziej dostępne dla firm z sektora MŚP, przy jednoczesnym utrzymaniu efektu zachęty dla dużych i innowacyjnych projektów. Projektując zmiany w Programie grantowym otworzyliśmy się również na mniejsze, ważne inwestycje polskie, które dzięki wsparciu mają szanse na przeskalowanie swojej produkcji.

Łączny budżet Programu, przed nowelizacją uchwały wynosił 2 583,4 mln PLN. Wraz ze wzrostem zainteresowania Programem grantowym, zaproponowano nowy budżet Programu, który po nowelizacji z dnia 5 czerwca 2023 r. wyniósł 3 483,4 mln PLN.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Dotychczasowe działania w zakresie przyciągania nowych inwestycji będą kontynuowane. Dane statystyczne instrumentów wsparcia inwestycji wskazują na stałe zainteresowanie przedsiębiorców korzystaniem ze wsparcia państwa. Instrumenty wsparcia inwestycji zwiększają dynamikę napływu nowych projektów inwestycyjnych do Polski – zarówno w przypadku polskich przedsiębiorców, jak i w ramach lokalizacji Bezpośrednich Inwestycji Zagranicznych.

Ponadto wciąż prowadzone są prace nad zwiększaniem efektywności systemu zachęty inwestycyjnej, dostępnego w Polsce. W dniu 29 września 2023 r. Minister Rozwoju i Technologii podpisał rozporządzenie w sprawie udzielania pomocy publicznej na realizację projektów inwestycyjnych o znaczeniu strategicznym dla przejścia na gospodarkę o zerowej emisji netto (Dz. U. z 2023 r. poz. 2127, z późn. zm.). Zgodnie

z tym rozporządzeniem możliwe jest uzyskanie wsparcia na inwestycje mające na celu pobudzenie i przyciągnięcie inwestycji przemysłowych związanych z produkcją czystych technologii w Europie, np. wytwarzanie baterii, paneli słonecznych, turbin wiatrowych czy pomp ciepła. Pomoc jest udzielana w oparciu o „Tymczasowe ramy pomocy państwa w sytuacjach kryzysowych i w okresie transformacji” („TCTF”) przyjęte przez Komisję Europejską w celu wsparcia gospodarki po agresji Rosji wobec Ukrainy, który Komisja Europejska wydała 9 marca 2023 r. Celem wprowadzenia tego instrumentu do krajowej polskiej oferty narzędzi wsparcia jest uzupełnienie dotychczasowej oferty inwestycyjnej dostępnej w Polsce, co bezpośrednio wpłynie na zwiększenie atrakcyjności inwestycyjnej naszego kraju.

Warto zaznaczyć, że w dalszym ciągu prowadzone są obserwacje efektów funkcjonowania systemu wsparcia inwestycji. Ewentualne działania w zakresie nowelizacji instrumentów wsparcia inwestycji będą dostosowane do aktualnych wyzwań gospodarczych kraju.

## 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 sprzed pandemii COVID-19 notowaliśmy istotny i postępujący wzrost wartości obsługiwanych 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 r. przekroczony został zaplanowany wcześniej cel 2,5 mld EUR. Zagraniczne firmy zainwestowały w Polsce, przy wsparciu Agencji, ponad 3,5 mld EUR, czyli o 0,8 mld EUR więcej niż rok wcześniej i o 0,7 mld EUR więcej niż w rekordowym

do tej pory roku 2019. W 2022 r. przy wsparciu PAIH inwestycje te sięgnęły już ponad 3,7 mld euro. To 200 mln EUR więcej niż rok wcześniej i aż o miliard więcej niż w roku 2020. O ponad 20 % wzrosła także liczba samych projektów. Rok 2023 był rekordowy dla Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu pod względem bezpośrednich inwestycji zagranicznych, które są lub będą realizowane w Polsce przy wsparciu PAIH. Wartość inwestycji jest wyceniona na ponad 7,4 mld EUR i jest to wynik prawie dwa razy większy niż za rok 2022.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Utrzymanie 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.

W ramach udziału Polski w Wystawie Światowej EXPO 2025 w Osace, zorganizowane będą misje przyjazdowe japońskich przedsiębiorców do Polski. W trakcie EXPO zostanie zorganizowane Polsko-Japońskie Forum Inwestycyjne, które zaplanowane zostało na wrzesień 2025 r. Dodatkowo w ramach udziału w EXPO i w trakcie trwających wydarzeń targowych, zorganizowane zostaną wydarzenia branżowe w Japonii dla branż określonych jako perspektywiczne.

Zostanie opracowane tzw. raporty branżowe dla japońskich przedsiębiorców, które dostarczą kompleksowych informacji nt. branż perspektywicznych na rynku japońskim.

## BGK

### OBSZAR DZIAŁANIA

Bank Gospodarstwa Krajowego od lat wspiera ekspansję gospodarczą 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 (w tym m.in. możliwość finansowania projektów o charakterze proeksportowym).

Dzięki międzynarodowej obecności BGK ma aktywny wpływ na wzmacnianie 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 swoich przedstawicielstw za granicą, BGK 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) przeznaczanego na finansowanie inwestycji generującej eksport. Rozwiązanie ma zachęcać banki do szerszego finansowania tego typu inwestycji dzięki ograniczeniu ryzyka jakie ponosi bank.

## Agencja Rozwoju Przemysłu

### OBSZAR DZIAŁANIA

Agencja Rozwoju Przemysłu S.A. oferuje 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.

Parki przemysłowe ARP S.A. to miejsca, w których zgromadzono przedsiębiorstwa (zarówno polskie, jak i zagraniczne) z jednej branży oraz placówki naukowo-badawcze wspierające rozwój technologii i przedsiębiorczości. Każdy z parków przemysłowych ma indywidualny charakter, wynikający z uwarunkowań regionalnych oraz dostępnych czynników prorozwojowych.

ARP S.A. będzie na bieżąco dostosowywać swoją ofertę wsparcia dla przedsiębiorców w ramach SSE i parków przemysłowych w celu przyciągania inwestycji o kluczowym znaczeniu dla innowacyjności i zaawansowania technologicznego polskiej gospodarki.

# Centrum Obsługi Podatkowej Inwestora (COPI)

## OBSZAR DZIAŁAŃ:

Centrum Obsługi Podatkowej Inwestora (COPI) pełni rolę we wsparciu inwestorów w Polsce, koncentrując się na dostarczaniu informacji dotyczących różnych podatków i różnych kwestii podatkowych. Funkcjonując jako jedno okienko (one-stop-shop), COPI przekazuje informacje m.in. o ulgach podatkowych i zachętach inwestycyjnych.

W ramach swoich działań COPI współpracuje z Polską Agencją Inwestycji i Handlu oraz innymi instytucjami, które zajmują się obsługą inwestorów. Dzięki tej współpracy możliwe jest zapewnienie kompleksowego wsparcia, co ułatwia inwestorom podejmowanie strategicznych decyzji. Ponadto, COPI angażuje się w wymianę wiedzy i doświadczeń z zakresu wsparcia inwestorów z administracją publiczną i samorządową, partnerami biznesowymi oraz organizacjami pozarządowymi.

W przypadku potrzeby uzyskania wiążącej wykładni prawa podatkowego, COPI wspiera inwestorów w procesie zawierania porozumienia inwestycyjnego.

## ADRESACI DZIAŁAŃ:

Centrum Obsługi Podatkowej Inwestora wspiera przede wszystkim kluczowych inwestorów, a więc tych, którzy planują rozpoczęcie lub rozpoczęli inwestycji na terenie Polski o wartości co najmniej 50 mln zł (do końca 2024 r. – 100 mln zł). Jednakże COPI jest otwarte również na wsparcie mniejszych inwestorów (np. planujących inwestycje na poziomie kilku lub kilkunastu milionów PLN).

## EFEKTY DZIAŁAŃ:

Dzięki działalności COPI inwestorzy mogą zyskać wiele korzyści. Po pierwsze, uzyskują dostęp do kompleksowych informacji podatkowych w jednym miejscu, co znacznie ułatwia proces podejmowania decyzji związanych z inwestycjami.

Ponadto mogą liczyć na szybki i stały kontakt z pracownikami COPI. Inwestorom zapewnia się także indywidualne podejście, co oznacza, że informacje dostosowywane są do specyfiki i potrzeb konkretnego przedsiębiorcy. Umożliwia to inwestorom skuteczniejsze planowanie i realizację ich projektów.

COPI to m.in.:

- 3 lata funkcjonowania,
- niemal 30 mld zł wartość ogłoszonych inwestycji ze wsparciem COPI,
- prawie 100 obsłużonych zapytań podatników i inwestorów,
- blisko 100 spotkań m.in. z podatnikami, inwestorami, organizacjami zrzeszającymi przedsiębiorców,
- 20 podmiotów współpracujących z COPI,
- 5 webinarów dla podatników i inwestorów,
- ponad 20 wydarzeń z udziałem COPI,
- ponad 200 rozmów z podatnikami i inwestorami w trakcie wydarzeń,
- 4 przewodniki podatkowe inwestora.

## PLANOWANE DZIAŁANIA:

Dalszy rozwój działalności Centrum Obsługi Podatkowej Inwestora w tym w szczególności poprzez:

- działania informacyjne dla inwestorów (odpowiedzi na zapytania, spotkania 1 na 1, webinary oraz przewodniki dla inwestorów),
- współpraca z Polską Agencją Inwestycji i Handlu oraz innymi instytucjami zajmującymi się inwestorami,
- wymiana wiedzy i doświadczeń w zakresie wsparcia inwestorów,
- prowadzenie postępowań w zakresie porozumień inwestycyjnych.

# Wsparcie kapitałowe gospodarczej ekspansji zagranicznej polskich firm

## BGK

### OBSZAR DZIAŁANIA

Od 2015 r. Bank wspiera polskich inwestorów realizujących projekty inwestycyjne poza Polską przez różnego rodzaju struktury w oparciu o finansowanie dłużne. Cechą charakterystyczną tego typu finansowania jest zabezpieczenie kredytu w pierwszej kolejności aktywami zagranicznymi (projektu/podmiotu zagranicznego). W zależności od docelowej struktury finansowania, tego typu kredytu mogą być również ubezpieczone w KUKE.

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, również w krajach nisko rozwiniętych (podwyższonego ryzyka) dzięki wykorzystaniu instrumentów pomocy rozwojowej, takich jak kredyt inwestycyjny z gwarancją Komisji Europejskiej (EFSD+) w Afryce Subsaharyjskiej

### ADRESACI DZIAŁAŃ

BGK oferuje kredyt inwestycyjny na gospodarczą ekspansję zagraniczną, dla polskich przedsiębiorstw (zarówno z sektora MŚP, jak i dużych przedsiębiorstw) lub ich zagranicznych spółek-córek, realizujących inwestycje poza Polską, np. budowę lub modernizację zakładów produkcyjnych, centrów dystrybucyjnych, przejęcia zagranicznych podmiotów. Dedykowany program wsparcia digitalizacji w krajach afrykańskich umożliwia również finansowanie inwestycji spółek polskich i europejskich na rynkach podwyższonego ryzyka w warunkach braku dostępnych lokalnie instrumentów dłużnych.

Takie instrumenty finansowe są komplementarne z ofertą kredytów eksportowych oraz ofertą innych instytucji finansowych. Może zostać udzielony przez BGK bilateralnie lub w ramach konsorcjum banków.



## 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 Hiszpanii, Wielkiej Brytanii, Norwegii, USA, Francji, Chile. Łączny wolumen kredytów dedykowanych inwestycjom zagranicznym udzielonych do końca 2023 r. wyniósł blisko 9,2 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 przez wykorzystanie oferowanego przez KUKE ubezpieczenia kredytów udzielanych na finansowanie inwestycji bezpośrednich za granicą oraz instrumenty gwarancyjne Komisji Europejskiej wspierające działania współpracy rozwojowej.

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

Wskazane powyżej wyzwania będą zmitigowane przez proaktywną rolę BGK jako integratora polskiego sektora bankowego w zakresie finansowania gospodarczej ekspansji zagranicznej (w tym m.in. 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.

Jednocześnie BGK rozwija swoją działalność w ramach Międzynarodowej Współpracy Rozwojowej, polegającej na wspieraniu zrównoważonego rozwoju krajów LDC (ang. „Least Developed Countries”) oraz LMIC (ang. “Low- or Middle-Income Country”). W tym celu wykorzystywane są finansowe instrumenty rozwojowe dedykowane projektom o charakterze wspierającym podnoszenie jakości życia, transfer wiedzy i technologii, tworzenie godnych miejsc pracy, zmniejszanie nierówności oraz inne cele zrównoważonego rozwoju przy zaangażowaniu sektora prywatnego i publicznych interesariuszy na lokalnych rynkach. 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.

# PFR TFI – Fundusz Ekspansji Zagranicznej

## OBSZAR DZIAŁANIA

PFR TFI zarządza dwoma wyspecjalizowanymi funduszami gospodarczej ekspansji zagranicznej (Fundusz Ekspansji Zagranicznej FIZ AN oraz Fundusz Ekspansji Zagranicznej 2 FIZ AN), które współfinansują inwestycje zagraniczne polskich przedsiębiorstw, dostarczając im finansowanie **kapitałowe i dłużne**. Pierwszy z funduszy został uruchomiony w 2016 r. i zakończył już okres inwestycyjny. W tym czasie zawarł ponad 20 umów inwestycyjnych, inwestując ponad 100 mln EUR w 8 krajach.

W związku z rosnącym zainteresowaniem polskich firm ekspansją kapitałową PFR TFI uruchomiło w 2023 r. drugi fundusz o docelowej kapitalizacji 600 mln PLN. Fundusz oferuje współfinansowanie nawet do połowy wartości zagranicznych projektów inwestycyjnych poprzez instrumenty dopasowane do skali projektu oraz możliwości i potrzeb polskiego inwestora. Może finansować przejęcie zagranicznej spółki, utworzenie nowej lub dalszy rozwój już istniejącej zagranicznej spółki zależnej polskiej firmy – zarówno na rynkach rozwiniętych, jak i w krajach rozwijających się w praktycznie wszystkich sektorach. Może dzielić również ryzyko biznesowe inwestycji. Fundusz jest inwestorem mniejszościowym, a operacyjne zarządzanie projektem pozostawia w rękach polskiego partnera.

Fundusz wypełnia lukę kapitałową, która może powstawać w strukturze kapitałowej inwestycji zagranicznej. Może finansować transakcje również w połączeniu z finansowaniem bankowym.

Udział funduszu w transakcjach zwiększa możliwości inwestycyjne polskiej spółki, a tym samym przyspiesza inwestycję na rynku zagranicznym lub zwiększa skalę inwestycji przez uwolnienie części środków własnych spółki na realizację więcej niż jednego transgranicznego przejęcia.

Fundusz działa na zasadach rynkowych. Oczekiwana stopa zwrotu zależy od ryzyka projektu, kraju inwestycji oraz wybranego instrumentu finansowego.

## ADRESACI DZIAŁAŃ

Fundusz Ekspansji Zagranicznej kieruje ofertę do polskich firm, które mają sprawdzony model biznesowy, z powodzeniem działają w kraju i planują inwestycje na rynkach zagranicznych. Typowa wielkość inwestycji funduszu w jeden projekt to od 3 do 20 mln euro, ale nie więcej niż 50 % wartości całej inwestycji. Okres inwestycyjny trwa zazwyczaj 5-10 lat.

## EFEKTY DZIAŁAŃ

Łącznie oba fundusze zawarły dotychczas ponad 20 umów inwestycyjnych i zainwestowały powyżej 110 mln EUR w zagraniczne projekty polskich firm w USA, Niemczech, Rumunii, Chorwacji, Czechach, Grecji, Luksemburgu i na Litwie. Inwestycje wszystkich stron przekroczyły 310 mln EUR.

## PLANOWANE DZIAŁANIA

Działalność Funduszu Ekspansji Zagranicznej wpisuje się w ścieżkę rozwoju eksportera.

Fundusz planuje realizację kolejnych projektów inwestycyjnych we współpracy z polskimi firmami. W średnim i długim okresie w związku z rosnącym zainteresowaniem ekspansją kapitałową wśród przedsiębiorstw oraz efektem działań komunikacyjnych mających na celu budowę świadomości oferty funduszu zakładane jest zwiększenie liczby inwestycji zagranicznych realizowanych z udziałem funduszu. W średnim i długim okresie będzie także rosła średnia wartość inwestycji zagranicznych polskich spółek.

Typowa inwestycja Funduszu Ekspansji Zagranicznej zawiera się w przedziale od 3 mln do 20 mln EUR. Tyle samo minimum musi sfinansować polski partner, co oznacza, że obecnie możliwość skorzystania z oferowanych przez fundusz rozwiązań przez mniejsze firmy z sektora MŚP może być utrudniona. Może to stanowić istotną lukę w zakresie dostępnych instrumentów wsparcia inwestycji zagranicznych. Zauważamy konieczność weryfikacji potrzeb przedsiębiorstw w zakresie stworzenia instrumentu współfinansowania inwestycji zagranicznych rzędu 100 tys.– 2 mln EUR. Ze względu na efektywność kosztową w założeniu mógłby być to fundusz z podejściem portfelowym, o uproszczonych i wystandaryzowanych procedurach.

W związku z rosnącym zainteresowaniem polskich firm inwestycjami w Ukrainie, szczególnie w ramach procesu odbudowy po zakończeniu działań wojennych, identyfikujemy konieczność weryfikacji potrzeb przedsiębiorstw w zakresie utworzenia odrębnego funduszu/instrumentu wspierającego inwestycje polskich firm w tym kraju.

Planowana jest kontynuacja działań promocyjnych i edukacyjnych w celu zwiększania wśród przedsiębiorstw wiedzy na temat korzyści związanych z kapitałową ekspansją zagraniczną oraz świadomości instrumentów wsparcia oferowanych m.in. przez fundusz. Jedną z kluczowych inicjatyw w tym zakresie są cykliczne autorskie raporty dotyczące inwestycji zagranicznych. Do tej pory zrealizowano już cztery edycje. Raporty stanowią punkt wyjścia do dyskusji na temat stanu polskich BIZ, aktualnych realiów gospodarczych oraz wynikających z nich szans dla polskich przedsiębiorstw w gospodarczej ekspansji zagranicznej. Dostarczają inspiracji dla kierunków inwestowania i cennych informacji o trendach kształtujących globalne przepływy BIZ.

PFR TFI aktywnie rozwija również relacje z doradcami prawnymi, transakcyjnymi, podatkowymi oferującymi wsparcie w zakresie strukturyzowania finansowania inwestycji międzynarodowych, a także bankami, funduszami inwestycyjnymi, administracją publiczną i instytucjami rozwoju wspierającymi polskie firmy w internacjonalizacji.

## KUKE

### 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.