



Minister  
Spraw Zagranicznych

SM.2113.192.2014/5

SEKRETARIAT  
Biura Prac Senackich  
wpłynęło dn. 24.09.14  
nr. 5654 podpis. [signature]

Senatowy Janusz Jankowski

Pan

Bogdan Borusewicz

Marszałek Senatu

Rzeczypospolitej Polskiej

W odpowiedzi na oświadczenie Pana Senatora Jarosława Obremskiego (BPS/043-60-2598/14) złożone podczas 60 posiedzenia Senatu RP w dniu 07.08.2014 r. w sprawie ekspansji polskich firm na rynkach zagranicznych, przekazuję poniżej następujące informacje:

- Wspieranie polskich przedsiębiorstw za granicą jest obecnie jednym z kluczowych zadań polskiej dyplomacji. **Ostatnie lata przyniosły bezprecedensową aktywizację działań służby zagranicznej w tej sferze.** Prowadzony intensywny dialog z przedsiębiorstwami, samorządem gospodarczym oraz resortami gospodarczymi sprzyja identyfikacji priorytetowych kierunków geograficznych wsparcia oraz pozwala uwzględniać zmieniające się oczekiwania przedsiębiorców w tym zakresie.
- Jest to odzwierciedleniem tendencji, obserwowanej w wysokorozwiniętych państwach, gdzie mamy do czynienia ze znaczącym zwiększeniem rangi dyplomacji ekonomicznej i promocji gospodarczej w bieżącej aktywności resortów spraw zagranicznych.

#### Cele dyplomacji ekonomicznej realizowane na rynkach zagranicznych:

- ✓ budowa pozytywnego wizerunku polskiej gospodarki jako stabilnego partnera handlowego i inwestycyjnego;
  - ✓ wspieranie przedsiębiorstw, prezentujących na rynkach zagranicznych kompleksową, a tym samym konkurencyjną ofertę eksportową (proste formy wymiany handlowej okazują się nieadekwatne wobec aktualnych wyzwań globalizacji);
  - ✓ zwiększenie udziału polskich przedsiębiorstw w ofercie zamówień publicznych organizacji i agencji międzynarodowych;
  - ✓ zapewnienie bezpieczeństwa energetycznego państwa – ze szczególnym naciskiem na dywersyfikację źródeł dostaw surowców energetycznych.
- **Zarówno wizyty zagraniczne członków kierownictwa MSZ, jak i spotkania z delegacjami innych państw w kraju praktycznie każdorazowo zawierają komponent gospodarczy. Udział polskich firm, prezentacja ich oferty oraz spotkania z potencjalnymi partnerami zagranicznymi zyskują swoje stałe miejsce w oficjalnych kontaktach**

**zagranicznych.** Przykładowo, w okresie 2012-2013, 26 wizytom kierownictwa MSZ do 19 krajów towarzyszyło blisko 470 polskich przedsiębiorców (niektóre firmy brały udział w więcej niż jednej misji). Misje odbyły się m.in. do takich krajów, jak: Rosja, Australia, Argentyna, Urugwaj, Angola, Kongo, Etiopia, a ostatnio – do Senegalu i Ghany.

- W ramach procesu ekonomizacji polityki zagranicznej placówki dyplomatyczno-konsularne zostały zobowiązane do wspierania działań handlowych i inwestycyjnych polskich przedsiębiorców za granicą.<sup>1</sup>
- **Podczas tegorocznej Narady Ambasadorów ponownie zorganizowano sesję spotkań indywidualnych kierowników placówek z przedstawicielami zarządów/kierownictw przedsiębiorstw zainteresowanych aktywnością, bądź już obecnych na rynkach zagranicznych.** Miało miejsce blisko 700 tego typu spotkań, w których uczestniczyli przedstawiciele ok. 100 przedsiębiorstw i ponad 80 ambasadorów. Inicjatywa ta spotkała się ze znaczącym odzewem ze strony przedsiębiorstw (odbyło się ponad dwukrotnie więcej spotkań niż w roku 2013). Wprowadzono również - jako zasadę - praktykę organizowania spotkań przedwyjazdowych nowo powołanych ambasadorów z przedsiębiorstwami zainteresowanymi rynkiem kraju przyszłego urzędowania ambasadora.
- Jako dodatkowy element oceny oraz bodziec motywujący placówki do skutecznych działań wspierających polskie firmy minister spraw zagranicznych ustanowił specjalną nagrodę dla kierowników placówek za szczególne osiągnięcia w tym obszarze. Zostanie ona wręczona po raz pierwszy podczas tegorocznych obchodów Dnia Służby Zagranicznej - w formie nagrody finansowej i pamiątkowej statuetki - *Amicus Oeconomiae*.
- Aktywność dyplomacji w obszarze wspierania przedsiębiorstw obejmuje aktualnie współpracę z grupą kilkuset polskich firm, reprezentujących głównie sektory: budowlany i infrastrukturalny, energetyczny i wydobywczy, transportowy, obronny, dóbr konsumpcyjnych, w tym przetwórstwa spożywczego, branże innowacyjne, w tym tzw. zielone technologie (inicjatywa *Greenevo*). Sektorem, który w największym stopniu korzysta dotychczas ze wsparcia Ministerstwa Spraw Zagranicznych, jest szeroko rozumiana branża energetyczna.
- Skutecznym instrumentem realizacji polskiej polityki w wymiarze globalnym pozostaje zaangażowanie na forum organizacji międzynarodowych, w szczególności tych o profilu gospodarczym. Udział w pracach tych organizacji postrzegać należy jako możliwość wzmacniania naszego głosu w dyskusji nt. światowej gospodarki. Zamierzamy – w większym niż dotychczas stopniu - wykorzystać te możliwości na rzecz wsparcia zagranicznej ekspansji przedsiębiorców na rynki pozaeuropejskie. Wspieramy polskie przedsiębiorstwa w celu zwiększenia ich udziału w pozyskiwaniu zamówień publicznych organizacji i agencji międzynarodowych. Podejmowane są działania informacyjne adresowane do polskich

---

<sup>1</sup> W 2013r. polskie placówki dyplomatyczne udzieliły ponad 75 000 odpowiedzi na zapytania kierowane przez przedsiębiorców – statystycznie, ponad 200 odpowiedzi jednego dnia. Zorganizowano (przy wsparciu placówek, resortów, samorządów) ponad 500 misji z udziałem przedsiębiorstw. Podjęto 328 skutecznych interwencji w przypadku dyskryminacji lub naruszania praw polskich przedsiębiorców.

przedsiębiorstw w zakresie możliwości korzystania z oferty zamówień publicznych EBOiR oraz FAO, ze szczególnym uwzględnieniem rynków wschodnich i afrykańskich. W 2013 r. byliśmy współorganizatorem, we współpracy z Konfederacją Lewiatan i Biurem Banku Światowego w Warszawie, warsztatów dla polskich firm n/t zasad dostępu do oferty zamówień publicznych Banku Światowego. W grudniu 2013r. miało miejsce kolejne seminarium połączone z warsztatami dla firm sektora m.in. infrastruktury, energetyki, wydobywczego, rolno-spożywczego, transportowego - w odniesieniu do możliwości korzystania z oferty wyspecjalizowanych agencji systemu NZ.

- Dialog z przedsiębiorcami jest niezbędnym elementem procesu podejmowania decyzji gospodarczych przez administrację. Służy on identyfikacji priorytetowych kierunków geograficznych wsparcia oraz pozwala uwzględniać zmieniające się oczekiwania przedsiębiorców w tym zakresie. W krajach rozwiniętych dialog z biznesem odbywa się za pośrednictwem - z reguły silnych i wpływowych - organizacji samorządu gospodarczego. Samorząd gospodarczy jest dla nas kluczowym kanałem przekazywania informacji i konsultacji z polskimi przedsiębiorcami. Istotne jest również w tym kontekście podejmowanie dalszych działań edukacyjnych i ukierunkowanych na poprawę kształtowania relacji między biznesem, a administracją - przedsiębiorstwa aktywne na rynkach zagranicznych nadal w ograniczonym stopniu dysponują wiedzą co do oferowanych przez administrację programów wsparcia i możliwości ich wykorzystania. W grudniu 2013r. zorganizowaliśmy spotkanie z wiodącymi organizacjami przedsiębiorców, które poświęcone było omówieniu naszych planów działania w zakresie dyplomacji ekonomicznej i ich koordynacji z działaniami tych organizacji w sferze wspierania aktywności gospodarczej przedsiębiorców na rynkach zagranicznych w 2014 r.<sup>2</sup>
- W obliczu dynamicznie postępującej internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw, ścisłe współdziałanie MSZ z Ministerstwem Gospodarki we wspieraniu tego procesu ma znaczenie kluczowe. Przykłady rozwiązań przyjętych w szeregu krajach rozwiniętych (m.in. w Wielkiej Brytanii, Niderlandach, krajach skandynawskich) wskazują jednoznacznie, że sprawna koordynacja między resortami gospodarki i spraw zagranicznych stanowi zasadniczą przesłankę wypracowania efektywnego modelu wspierania narodowych interesów gospodarczych za granicą, co jest związane m.in. z potrzebą korelacji szeregu instrumentów, pozostających zarówno w gestii MG, jak i MSZ.
- Aktywnie wspieramy działania promocyjne resortu gospodarki za granicą, m. in. w Turcji, Kazachstanie, Algierii, Brazylii i Kanadzie oraz w Meksyku i Zjednoczonych Emiratach Arabskich, a także w wybranych krajach kontynentu afrykańskiego (Angola, Kenia, Mozambik, Nigeria, RPA, Ghana, Senegal) – w ramach projektu *GoAfrica* oraz inicjatywy *Made in Poland*, ukierunkowanej na wzmocnienie pozytywnego wizerunku Polski wśród zagranicznych inwestorów w takich krajach jak: Czechy, RFN, Ukraina, Chiny i Rosja.

---

<sup>2</sup> Zainteresowane firmy mogą nawiązać kontakt z DWE m.in. poprzez uruchomiony w tym celu adres e-mailowy: DWE.EVENT@msz.gov.pl.

- Opracowano plan wspólnych - z resortem gospodarki - działań na 2014r. (podlega on na bieżąco weryfikacji) - zidentyfikowano projekty specjalne, które MG i MSZ zrealizują (np. *Polsko-Amerykański Tydzień Gospodarczy na Zachodnim wybrzeżu USA w listopadzie br.*) Zakłada on ponadto stałe konsultacje na szczeblu podsekretarza stanu i dyrektorów – z udziałem ekspertów obu resortów w celu wymiany informacji, oceny wspólnych projektów oraz uzgadniania nowych inicjatyw. Jako zasadę przyjęto, że przedstawiciele obu resortów uczestniczą w przygotowaniach zagranicznych wizyt odpowiednio ministra spraw zagranicznych, wicepremiera-ministra gospodarki i podsekretarza stanu - szereg zagranicznych wizyt realizowanych jest wspólnie. **We współpracy z MG zorganizowaliśmy dotychczas ponad 1000 przedsięwzięć o charakterze biznesowym – każdego dnia roku, gdzie poza granicami Polski odbywają się więcej niż dwa wydarzenia promujące polską gospodarkę.**
- Zadania realizowane przez dyplomację ekonomiczną i służby promocyjne Min. Gospodarki - Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji (WPHil) wzajemnie się uzupełniają. WPHil realizują zadania przede wszystkim zlecane przez resort gospodarki, niemniej jednak stanowią integralną część struktury organizacyjnej polskich placówek dyplomatycznych i tak są również traktowane przez naszych partnerów w krajach akredytacji. Generalnie, w zdecydowanej większości placówek kwestia ta nie budzi praktycznych zastrzeżeń. Co więcej, szereg placówek dyplomatycznych, zlokalizowanych w krajach gdzie nie funkcjonują WPHil, korzysta ze środków finansowych przeznaczonych na promocję gospodarki i pozostających w gestii Min. Gospodarki. Współpraca ta jest oceniana bardzo pozytywnie.
- Kluczowe znaczenie ma lepsze wykorzystanie zasady geograficznej regionalizacji w realizacji zadań przez Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji, częstsze zlecenie niektórych zadań promocyjnych wyspecjalizowanym agencjom oraz uwzględnienie możliwości lokowania pracowników ds. promocji gospodarczej w placówkach zagranicznych, dysponujących odpowiednimi warunkami lokalowymi i organizacyjnymi. Dotychczasowe dobre doświadczenia współpracy Wydziałów Ekonomicznych i Wydziałów Promocji Handlu i Inwestycji, pozwalające dyplomacji ekonomicznej elastycznie reagować na dynamikę zmian w zakresie priorytetów polityki gospodarczej oraz geograficznych kierunków międzynarodowej aktywności i oczekiwań polskich przedsiębiorstw mają w tym kontekście bardzo istotne znaczenie.

Z wyrazami szacunku,  
 z up. Ministra Spraw Zagranicznych  
 Henryka Mościcka-Dendys  
 Podsekretarz Stanu