



**MINISTERSTWO GOSPODARKI**

**Informacja**

**dla Komisji Gospodarki Narodowej Senatu  
Rzeczypospolitej Polskiej**

**o działaniach Ministerstwa Gospodarki na rzecz  
wzmocnienia wizerunku gospodarczego kraju za granicą.**

**Luty, 2010 rok**

## **Spis treści:**

- 1. Wstęp.**
- 2. Działania promocyjne Ministerstwa Gospodarki.**
  - 2.1. Własne przedsięwzięcia promocyjne.
    - 2.1.1. Działania promocyjne realizowane przez Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji Ambasad i Konsulatów Generalnych RP za granicą (WPHI).
    - 2.1.2. Zestawienie działań promocyjnych WPHI w 2009 r.
    - 2.1.3. Organizacja i status prawny Wydziałów Promocji Handlu i Inwestycji.
    - 2.1.4. Realizacja kompleksowych programów promocyjnych.
    - 2.1.5. Portal Promocji Eksportu.
    - 2.1.6. Działalność Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych S.A. (PAIiIZ).
  - 2.2. Dotacje dla polskich przedsiębiorców.
    - 2.2.1. Dofinansowanie branżowych projektów promocyjnych.
    - 2.2.2. Dofinansowanie kosztów uzyskania certyfikatów eksportowych.
    - 2.2.3. Dofinansowywanie kosztów organizacji konferencji, seminariów i innych imprez promocyjnych.
    - 2.2.4. Dofinansowanie publikacji wydawnictw i materiałów promocyjnych.
- 3. Promocja gospodarcza Polski oraz promocja i wspierania eksportu ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, lata 2007 – 2013 (POIG).**
  - 3.1. Wzmocnienie wizerunku gospodarczego Polski.
  - 3.2. Sieć centrów obsługi inwestorów i eksporterów (COIE).
  - 3.3. Paszport do eksportu.
- 4. Finansowe instrumenty wspierania eksportu**
  - 4.1. Instrumenty finansowe wspierania eksportu Banku Gospodarstwa Krajowego (BGK).

## **1. Wstęp.**

Ministerstwo Gospodarki realizuje szereg działań promocyjnych, mających na celu kreowanie pozytywnego wizerunku polskiej gospodarki, rozwój współpracy gospodarczej z zagranicą i przede wszystkim wzrost polskiego eksportu oraz zwiększenie napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do Polski. Działania w zakresie promocji i wspierania eksportu finansowane są ze środków na promocję eksportu znajdujących się w budżecie Ministra Gospodarki - część 20 „Gospodarka”, dział 500 „Handel”, rozdział 50005 „Promocja eksportu”. Środki te nie są przeznaczone na cele promocji Polski jako państwa, ale przede wszystkim na promocję i wspieranie konkretnych inicjatyw eksportowych polskich producentów towarów i dostawców usług. Znaczna część tych środków stanowi bezpośrednią pomoc publiczną dla polskich przedsiębiorców.

## **2. Działania promocyjne Ministerstwa Gospodarki.**

2.1. Własne działania Ministerstwa Gospodarki w zakresie promocji i wspierania eksportu oraz napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do Polski to przede wszystkim:

2.1.1. Działania promocyjne realizowane przez podległe Ministrowi Gospodarki Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji Ambasad i Konsulatów Generalnych RP za granicą (WPHI).

Podstawą działalności promocyjnej WPHI jest Program Promocji zatwierdzany corocznie przez Ministra Gospodarki na wniosek Kierowników WPHI uwzględniający potencjał rozwoju i dynamikę rynków kraju urzędowania.

Zadania WPHI obejmują m.in.:

- identyfikację nisz eksportowych, informowanie o przetargach, opracowywanie sugestii modyfikacji instrumentów wsparcia i promocji eksportu ze środków publicznych, udzielanie informacji gospodarczej i handlowej, informowanie o przepisach w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej na danym rynku, analizę przeszkód oraz sposobów wspierania eksportu i inwestycji;
- organizację seminariów i konferencji promocyjnych, stoisk informacyjno-promocyjnych na targach i wystawach, wspomaganie misji handlowych, organizację spotkań z firmami i inwestorami, związkami przedsiębiorców, izbami handlowymi i innymi lokalnymi organizacjami biznesowymi;

- zasilanie informacjami rynkowymi Portalu Promocji Eksportu Ministerstwa Gospodarki, wydawanie materiałów promocyjnych dla przedsiębiorstw i koordynacja przygotowywania informatorów o rynku,
- opiniowanie przedsięwzięć promocyjnych z punktu widzenia celowości ich dofinansowania przez Ministerstwo Gospodarki.
- analizę stanu i kierunków rozwoju gospodarki kraju urzędowania,
- prezentację potencjału i osiągnięć gospodarczych Polski,
- analizę obrotów handlowych, monitoring barier i utrudnień w dostępie do rynku,
- udział w przygotowaniu i realizacji rządowych wizyt (konsultacji, komisji międzyrządowych) gospodarczych, inicjacje podpisania porozumień o współpracy gospodarczej, monitoring wykonania uzgodnień (umów, deklaracji etc.),
- rozwijanie współpracy z Polonią i polonijnymi organizacjami gospodarczymi.

Część ww. zadań o charakterze makroekonomicznym WPHI realizują we współpracy z Wydziałami Ekonomicznymi Ambasad i Konsulatów Generalnych RP za granicą.

WPHI aktywnie włączają się w przedsięwzięcia kulturalne finansowane przez Ambasad i Konsulaty Generalne RP (np. obchody Roku Chopinowskiego).

Realizując zadania promocyjne WPHI współpracują ściśle z Polską Agencją Informacji i Inwestycji Zagranicznych SA, Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości, Polską Organizacją Turystyki, Krajową Izba Gospodarczą, Centrami Obsługi Inwestora i Eksportera (przy Urzędach Marszałkowskich), Korporacją Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych SA, branżowymi izbami gospodarczymi.

#### 2.1.2. Zestawienie działań promocyjnych WPHI w 2009 r.

W 2009 r. WPHI zrealizowały m.in. następujące przedsięwzięcia promocyjne:

- zorganizowały 553 stoisk informacyjnych na imprezach, targach i wystawach;
- były zaangażowane w obsługę 309 misji gospodarczych;
- przekazały 3 900 informacji ofertowych, o przetargach do Portalu Promocji Eksportu;
- zorganizowały 536 konferencji, seminariów (np. z udziałem specjalnych stref ekonomicznych), warsztatów;
- przygotowały 1 996 opracowań (biuletyny, przewodniki po rynku, analizy branżowe);
- przedstawiły 565 referatów, prezentacji, prelekcji;

- zorganizowały 1 236 przedsięwzięć z zakresu *public relations*;
- udzieliły 43 331 odpowiedzi na zapytania (z Polski i kraju urzędowania).

WPHI w Szanghaju aktywnie uczestniczy w przygotowaniu Światowej Wystawy EXPO 2010 współpracując z Kierownictwem Sekcji Polskiej EXPO 2010. Wydział obsługuje szereg misji gospodarczych (handlowych i inwestycyjnych) z Polski przed otwarciem Wystawy, opracowuje materiały do wykorzystania przy budowie koncepcji programowej Wystawy.

WPHI prowadzą i na bieżąco aktualizują własną stronę internetową. Ponadto dla wszystkich WPHI prowadzona jest strona [www.trade.gov.pl](http://www.trade.gov.pl), która zawiera linki do poszczególnych Wydziałów lub inne przydatne dla inwestora.

#### 2.1.3. Organizacja i status prawny Wydziałów Promocji Handlu i Inwestycji.

Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji powstały w wyniku przekształcenia Wydziałów Ekonomiczno-Handlowych na podstawie Porozumienia z dnia 7 lutego 2006 r. między Ministrem Gospodarki a Ministrem Spraw Zagranicznych w sprawie ustanowienia dyplomacji ekonomicznej.

WPHI są jednostkami budżetowymi podlegającymi Ministrowi Gospodarki (zatwierdzone statuty) w zakresie merytorycznym, finansowym i kadrowym umiejscowionymi w strukturach organizacyjnych Ambasad i Konsulatów Generalnych RP za granicą.

Obecnie działa 46 WPHI w 42 krajach (w tym w Europie 27, Azji 11, Ameryce Płn. i Płd. 5, Afryce 3). Na 2010 r. planowane jest utworzenie WPHI w Bratysławie, Kaliningradzie i Casablance.

Na stanowiskach merytorycznych pracuje 107 osób.

#### 2.1.4. Realizacja kompleksowych programów promocyjnych.

Są to programy promocyjne, realizowane przez podmioty zewnętrzne w oparciu o umowę z Ministerstwem Gospodarki, charakteryzujące się szczególnie wysoką rangą, dużą skalą oraz znaczną wielkością zaangażowanych środków. Łączą one w sobie różne obszary działań promocyjnych.

W chwili obecnej trwają prace przygotowawcze związane z przygotowaniem do udziału Polski w Światowej Wystawie EXPO 2010 w Szanghaju.

W okresie od początku transformacji ustrojowej Polska uczestniczyła w następujących wystawach EXPO:

- EXPO 1992 w Sewilii w Hiszpanii (wystawa uniwersalna);
- EXPO 1993 w Taejon w Korei Płd. (wystawa tematyczna);
- EXPO 1998 w Lizbonie w Portugalii (wystawa tematyczna);
- EXPO 2000 w Hanowerze w RFN (wystawa uniwersalna); koszt udziału Polski wyniósł 52.010 tys. zł;
- EXPO 2005 w Aichi w Japonii (wystawa uniwersalna); koszt udziału Polski wyniósł 35.980 tys. zł;
- EXPO 2008 w Saragossie w Hiszpanii (wystawa tematyczna); koszt udziału Polski wynosi 28.150 tys. zł.

W 2010 r. Polska będzie uczestniczyć w EXPO 2010 w Szanghaju. Przewidywany koszt udziału Polski wynosi ponad 40 mln. zł.

#### 2.1.5. Portal Promocji Eksportu.

Portal Promocji Eksportu to internetowa, publiczna baza danych zawierająca informacje przydatne dla polskich przedsiębiorców planujących eksportować swoje towary/usługi na rynki zagraniczne. Prowadzona jest w Ministerstwie Gospodarki od początku 2003 r.

Portal Promocji Eksportu umożliwia polskim eksporterom: dostęp do aktualnych informacji o rynkach zagranicznych oraz instrumentach wspierania polskiego eksportu, nawiązywanie kontaktów handlowych z kontrahentami zagranicznymi, bezpłatną promocję przedsiębiorstwa i jego ofert eksportowych.

Portal ten zawiera informacje makroekonomiczne o:

- rynkach zagranicznych dla polskich eksporterów (w języku polskim), obejmujące m.in. następujące zagadnienia: podstawowe informacje o kraju, rozwój gospodarczy, handel zagraniczny, współpraca gospodarcza z Polską, regulacje prawno-administracyjne dostępu do rynku, rynki branżowo-towarowe, targi i wystawy,
  - Polsce dla przedsiębiorców zagranicznych,
  - formach wspierania eksportu w Polsce,
- a także informacje ofertowe odnośnie:
- profili polskich eksporterów z pełnymi danymi kontaktowymi,
  - ofert eksportowych polskich przedsiębiorstw,
  - zapytań ofertowych firm zagranicznych (wyłącznie zagraniczne oferty zakupu).

Według stanu na dzień 24 lutego 2010 r. na Portalu Promocji Eksportu opublikowanych od początku br. pozostaje: 2854 informacji makroekonomicznych, 122 ofert polskich, 80 aktualnych informacji o przetargach, 684 aktualnych zagranicznych zapytań ofertowych oraz zarejestrowało się dotychczas 8443 przedsiębiorców.

Głównym źródłem informacji dla Portalu są raporty oraz zagraniczne zapytania ofertowe przekazywane przez Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji polskich placówek dyplomatycznych, a także materiały pochodzące z Ministerstwa Gospodarki oraz innych instytucji publicznych.

Głównymi użytkownikami Portalu są przede wszystkim małe i średnie przedsiębiorstwa polskie: eksporterzy i potencjalni eksporterzy oraz firmy zagraniczne zainteresowane importem towarów i usług z Polski.

Celem portalu jest wsparcie polskiego eksportu poprzez:

- integrację rozproszonych zasobów internetu o tematyce gospodarczej, istotnych dla polskiego eksportera,
- umożliwienie polskim eksporterom oraz zagranicznym kontrahentom bezpłatnego dostępu do wiarygodnej, aktualnej i łatwo dostępnej informacji gospodarczej, zarówno o rynkach zagranicznych jak i o Polsce,
- ułatwienie polskim przedsiębiorcom nawiązywanie kontaktów handlowych z zagranicznymi importerami,
- promocję polskich ofert eksportowych.

Korzystanie z informacji zawartych w portalu jest bezpłatne. Należy dodać, że informacje dotyczące poszczególnych rynków zagranicznych oraz zasad eksportu do nich, są dostępne dla wszystkich zainteresowanych użytkowników. Niemniej jednak warunkiem korzystania przez polskie firmy w pełnym zakresie z zagranicznych zapytań ofertowych, zamieszczonych w portalu, jest rejestracja użytkownika on-line w systemie.

#### 2.1.6. Działalność Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych S.A. (PAIiIZ).

Głównym celem działalności Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych jest wspieranie rozwoju gospodarczego Polski, w szczególności poprzez działania zwiększające napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych oraz promocję gospodarki. Podstawę działalności Agencji stanowią corocznie zawierane z Ministrem Gospodarki umowy o dotację celową na realizację ww. zadań.

Zakres zadań Agencji obejmuje m.in. marketing inwestycyjny, obsługę projektów inwestycyjnych, opiekę proinwestycyjną wraz z działaniami na rzecz poprawy klimatu

inwestycyjnego, informację gospodarczą i współpracę instytucjonalną, a także promocję polskiej gospodarki.

W 2009 r. Agencja zorganizowała 11 misji inwestycyjnych m.in. w Indiach, Singapurze, Tajwanie, Chinach, USA, Wielkiej Brytanii, Niemczech, Francji, które zaowocowały rozpoczęciem obsługi 22 nowych projektów inwestycyjnych. Mając na celu zapewnienie sprawnej obsługi firm zagranicznych potencjalnie zainteresowanych realizacją projektów inwestycyjnych Agencja zapewnia ich kompleksową obsługę. W ramach promocji gospodarczej Polski Agencja przygotowała wystawy promocyjne m.in. w Astanie oraz Mińsku, a także organizowała lub współorganizowała łącznie 16 tematycznych konferencji krajowych poświęconych tematyce gospodarczej. Agencja prowadziła również intensywne działania informacyjno-promocyjne w zagranicznych mediach oraz przygotowywała i wydawała szereg publikacji w ww. zakresie. Na realizację zadań określonych w umowie dotacyjnej na 2009 r. Agencja otrzymała kwotę wynoszącą ogółem 13 385 012 zł.

## 2.2. Dotacje dla polskich przedsiębiorców.

Udzielanie pomocy publicznej dla polskich przedsiębiorców, przeznaczonej na refundację części kosztów realizowanych przez firmy działań na rzecz promocji i wspierania eksportu ich produktów i usług odbywa się wyłącznie w ramach kilku instrumentów wspierania eksportu. Należą do nich przede wszystkim:

### 2.2.1. Dofinansowanie branżowych projektów promocyjnych.

Zasady i tryb dofinansowania udziału przedsiębiorców w branżowych projektach promocyjnych reguluje *rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 31 października 2007 r. w sprawie udzielania pomocy de minimis na realizację branżowych projektów promocyjnych w zakresie eksportu lub sprzedaży na Jednolitym Rynku Europejskim (Dz. U. Nr 211, poz. 1542 z późn. zmianami).*

Celem tego programu jest promocja produktów i grup towarowych o wysokim potencjale eksportowym. Ministerstwo finansowo wspiera projekty typu promocyjnego, realizowane przez grupę minimum 4 polskich przedsiębiorców reprezentujących pokrewne branże lub grupy towarowe.

Limit dofinansowania dla jednego przedsiębiorcy w ramach projektu wynosi max. 8 tys. zł.



W 2009 r. dofinansowano 33 projekty branżowe na łączną kwotę 1.134.015 zł. Projekty te dotyczyły w szczególności branż: cukierniczej, meblowej, budowlanej, zabawkarskiej tekstylnej, spożywczej.

#### 2.2.2. Dofinansowanie kosztów uzyskania certyfikatów eksportowych.

W ramach programu dotacji dla przedsiębiorców na dofinansowanie kosztów uzyskania certyfikatu wyrobu istnieje możliwość uzyskania dofinansowania do 50 % kosztów usług doradczych związanych z uzyskaniem lub kosztów uzyskania certyfikatów oraz świadectw i atestów wymaganych na rynkach zagranicznych. Roczny limit dla jednego przedsiębiorcy wynosi 50 tys. zł.

Podstawą prawną dla udzielania pomocy publicznej na dofinansowanie kosztów uzyskania certyfikatów eksportowych jest *rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 31 października 2007 r. w sprawie udzielania pomocy de minimis na uzyskanie certyfikatu wyrobu wymaganego na rynkach zagranicznych (Dz. U. Nr 210, poz. 1522 z późn. zmianami)*.

W 2009 r. dofinansowano 180 projektów na łączną kwotę 1 247.000,-zł. W/w projekty dotyczyły w szczególności sektora przemysłu drzewnego, maszynowego i odzieżowego.

#### 2.2.3. Dofinansowywanie kosztów organizacji konferencji, seminariów i innych imprez promocyjnych.

Pomoc może zostać udzielona na pokrycie m.in. kosztów wynajęcia sali, obsługi techniczną, tłumaczenia oraz druk materiałów informacyjnych i nie może przekroczyć 50% kosztów kwalifikujących się do objęcia pomocą.

Zasady i tryb uzyskania pomocy publicznej na realizację tego typu przedsięwzięć promocyjnych reguluje *rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 31 października 2007 r. w sprawie udzielania pomocy de minimis na realizację niektórych przedsięwzięć w zakresie promocji i wspierania eksportu lub sprzedaży na Jednolitym Rynku Europejskim (Dz.U. Nr 211, poz. 1544 z późn. zmianami)*.

W 2009 r. dofinansowano 23 projekty na łączną kwotę 438.112,- zł.

#### 2.2.4. Dofinansowanie publikacji wydawnictw i materiałów promocyjnych.

Ministerstwo Gospodarki dofinansowuje koszty zbiorowych publikacji promujących eksport. Dofinansowanie obejmuje m.in. koszty papieru, druku, składu, tłoczenia płyt oraz naświetlania i nie może przekroczyć 50% kosztów kwalifikujących się do objęcia pomocą.

Zasady i tryb uzyskania pomocy publicznej na realizację przedsięwzięć wydawniczych reguluje *rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 31 października 2007 r. w sprawie udzielania pomocy de minimis na realizację przedsięwzięć wydawniczych promujących eksport lub sprzedaż na Jednolitym Rynku Europejskim (Dz. U. Nr 211, poz. 1543 z późn. zmianami)*.

W 2009 r. dofinansowano 37 projektów na łączną kwotę 230.500,- zł.

### **3. Promocja gospodarcza Polski oraz promocja i wspieranie eksportu w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, lata 2007 – 2013 (POIG).**

#### 3.1. Wzmocnienie wizerunku gospodarczego Polski.

Ministerstwo Gospodarki jest beneficjentem projektu systemowego pn. „Promocja polskiej gospodarki na rynkach międzynarodowych”, który realizowany jest w ramach Działania 6.5 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013.

Priorytetowym celem projektu jest wzmocnienie konkurencyjności gospodarki poprzez poprawę wizerunku polskiej gospodarki wśród partnerów międzynarodowych oraz poprawę dostępu do informacji o Polsce, a także możliwościach nawiązania kontaktów gospodarczych. Do budowania nowego wizerunku kraju i polskiej gospodarki, Ministerstwo Gospodarki zamierza wykorzystać potencjał produkcyjny krajowych eksporterów bowiem to z ich oferty wyłanianie i promowane będą silne polskie specjalności eksportowe.

Obecnie Ministerstwo Gospodarki przygotowuje się do przeprowadzenia badań wizerunkowych Polski i polskiej gospodarki, a na ich podstawie opracowania koncepcji wizualizacji programu promocji polskiej gospodarki, która stanowić będzie podstawę do realizacji działań komunikacyjnych i marketingowych. Dokument określać będzie sposoby umiejętnego i profesjonalnego zarządzania wizerunkiem kraju, a także pozwoli na wykreowanie spójnej i rozpoznawalnej marki Polska. Przygotowana koncepcja określi kluczowe elementy tożsamości marki, jednolitą identyfikację wizualną i werbalną marki oraz określi sposoby jej komunikacji. Opracowany w ramach koncepcji plan działań informacyjno-promocyjnych oraz propozycja wyboru narzędzi komunikacyjnych umożliwią realizację serii planowych, cyklicznych akcji medialnych, tworzących kampanię informacyjną w mediach zagranicznych, której celem będzie wykreowanie nowego wizerunku Polski i polskiej gospodarki w tym polskich specjalności eksportowych.

Celem badań wizerunkowych jest uzyskanie informacji ogólnych o stanie wiedzy zagranicznych przedsiębiorców na temat Polski i polskiej gospodarki, a także wiedzy

szczegółowej nt. stopnia wpływu tejże wiedzy na podejmowanie decyzji inwestycyjnych i handlowych. Badanie pozwoli także zidentyfikować faktyczne bariery utrudniające wejście eksporterom na nowe rynki zbytu oraz ich wpływie na konkurencyjność rynkową polskich przedsiębiorstw, a także poziom efektywności stosowanych dotychczas przez przedsiębiorców za granicą form promocji polskich branż i produktów.

Proces tworzenia pozytywnego wizerunku polskiej gospodarki i umacniania pozycji kraju na arenie międzynarodowej realizowany będzie między innymi poprzez organizację branżowych programów promocji, które przyczynić się mają, poprzez zaangażowanie potencjału produktowego polskich eksporterów do kreowania polskich specjalności eksportowych. Projekt zakłada możliwość wspierania działań promocyjnych wybranych branż i grup produktowych, charakteryzujących się wysokim potencjałem eksportowym. W najbliższym czasie planuje się uruchomić w Ministerstwie Gospodarki konkurs na opracowanie najlepszych koncepcji branżowych programów promocji, które zawierać powinny plan promocji i rozwoju danej branży lub grupy produktowej, uwzględniający różnorodne narzędzia promocji, dostosowane do specyfiki danej branży. Spośród złożonych koncepcji, wybranych zostanie maksymalnie 15 najlepszych koncepcji branżowych programów promocji, które następnie objęte zostaną wsparciem w ramach projektu.

Pomoc udzielana w ramach branżowych programów promocji mieć będzie dwójaki charakter. Po pierwsze będzie to pomoc finansowa udzielana w ramach programu pomocowego, przeznaczona dla przedsiębiorców na udział w konkretnych przedsięwzięciach promocyjnych, zaplanowanych w branżowym programie promocji. Ponadto, przewidziano także pomoc finansową, która przeznaczona będzie na działania promocyjne dotyczące branży jako całości. Wsparcie to przeznaczone będzie na realizację rozwiązań wypracowanych w ramach branżowych programów promocji.

Dopełnieniem aktywności przedsiębiorców na rynkach zagranicznych będzie ich udział w programach promocji o charakterze ogólnym. W ramach projektu organizowane będą, w kraju i za granicą, różnego rodzaju przedsięwzięcia promocyjne, tworzące spójną i szeroko zakrojoną akcję promującą Polskę jako kraj posiadający innowacyjny potencjał produkcyjny, które organizowane często będą przy okazji odbywania się dużych imprez o charakterze ogólnym. Udział przedsiębiorców w tych programach objęty zostanie wsparciem finansowym.

Niezwykle istotnym z punktu widzenia zapewnienia dostępu do informacji o Polsce i możliwościach nawiązania kontaktów gospodarczych jest stworzenie zintegrowanego

Portalu o tematyce gospodarczej. W tym celu dokonana zostanie konsolidacja zasobów portali obecnie funkcjonujących na stronach [www.eksporter.gov.pl](http://www.eksporter.gov.pl) oraz [www.trade.gov.pl](http://www.trade.gov.pl). Portal skupiać będzie usługi dotyczące promocji eksportu i nawiązywania kontaktów biznesowych z kontrahentami zagranicznymi, integrować będzie dostępne systemy ofertowe w kraju i za granicą w celu zwiększenia zakresu oddziaływania składanych ofert handlowych przez przedsiębiorstwa oraz umożliwi wymianę informacji między producentami, dystrybutorami i odbiorcami [produktów](#) i [usług](#), a także ułatwi zawieranie [kontraktów](#). Istotnym elementem funkcjonalnym portalu, umożliwiającym nawiązywanie kontaktów handlowych, będzie wprowadzenie możliwości wyboru wersji językowej odpowiedniej dla użytkowników portalu.

Portal zaprojektowany będzie w taki sposób aby umożliwić współpracę z innymi systemami przeznaczonymi dla przedsiębiorców. Istotnym elementem funkcjonalnym portalu, umożliwiającym nawiązanie kontaktów handlowych, będzie wprowadzenie możliwości wyboru wersji językowej, odpowiedniej dla użytkowników portalu. Planuje się umożliwić korzystanie z zasobów portalu w ok. 22 wersjach językowych. Poprzez portal zamierza się docierać do kontrahentów zagranicznych z informacjami nt. wydarzeń gospodarczych odbywających w Polsce, a także inicjatyw legislacyjnych Rządu RP dotyczących poprawy klimatu dla rozwoju gospodarczego. Portal umożliwić będzie przedsiębiorcom także dostęp do informacji o funkcjonowaniu Centrów Obsługi Inwestorów i Eksporterów powołanych w ramach Poddziałania 6.2.1 PO IG. W celu dotarcia do jak największej grupy odbiorców, planuje się umieszczenie linków do Portalu na stronach internetowych branżowych izb gospodarczych oraz innych podmiotów podejmujących działania na rzecz współpracy gospodarczej. W ramach portalu zamierza się również wprowadzenie możliwości korzystania ze szkoleń prowadzonych w technice e-learning, których zakres merytoryczny dostosowany zostanie do potrzeb zgłaszanych przez przedsiębiorców.

Portal przeznaczony będzie zarówno dla przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w kraju jak i przedsiębiorstw zagranicznych.

Do zapewnienia efektywnego systemu pozyskiwania z rynków zagranicznych aktualnych i pełnych informacji oferowanych przez Portal, planuje się zaangażowanie pracowników WPHI. Przewidziana alokacja środków na realizację Działania 6.5 POIG wynosi 78,04 mln Euro.

### 3.2. Sieć centrów obsługi inwestorów i eksporterów (COIE).

W ramach VI osi priorytetowej Polska gospodarka na rynku międzynarodowym, Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, lata 2007-2013 jest realizowane Poddziałanie 6.2.1 Wsparcie dla sieci centrów obsługi inwestorów i eksporterów (COIE) Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (POIG). Celem ogólnym projektu jest wzrost poziomu umiędzynarodowienia polskich firm, poprzez ułatwienie przedsiębiorcom dostępu do kompleksowych, wysokiej jakości i nieodpłatnych usług informacyjnych w zakresie niezbędnym do planowania, organizowania i realizacji eksportu i/lub inwestycji poza granicami Polski. Cel ten obejmuje także działanie na rzecz zwiększania poziomu inwestycji zagranicznych w Polsce, poprzez ułatwienie dostępu potencjalnym inwestorom zagranicznym do informacji o warunkach podejmowania działalności gospodarczej w Polsce i instrumentach wsparcia rozwoju przedsiębiorczości, w tym zachętach inwestycyjnych. Cel ten będzie realizowany poprzez krajową sieć 16 Centrów Obsługi Inwestorów i Eksporterów (COIE), składającą się z jednostek typu „one-stop-shop”, funkcjonujących w strukturach Urzędów Marszałkowskich (UM), bądź innych jednostek wybranych przez UM do realizacji zadania (zgodnie z obowiązującymi uregulowaniami prawnymi), które będą odpowiedzialne za realizację projektu na poziomie regionu.

Planuje się, że wynikiem realizacji projektu będzie wzrost dostępności do nieodpłatnych usług informacyjnych wspierających eksport i polskie inwestycje za granicą i tym samym obniżenie stopnia rozproszenia informacji o rynkach zagranicznych. Przełoży się to w konsekwencji na wzrost poziomu umiędzynarodowienia działalności gospodarczej przedsiębiorstw i wzrost konkurencyjności ich oferty eksportowo-inwestycyjnej.

Przewidziana alokacja na realizację Działania wynosi 17,75 mln Euro.

### 3.3. Paszport do eksportu.

W ramach Działania 6.1 Paszport do eksportu Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013 (PO IG) zaprojektowano system wsparcia przeznaczony dla polskich mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, w których udział eksportu w całkowitej sprzedaży nie przekracza 30%. Dofinansowanie będzie udzielane na realizację projektów, których celem jest zwiększenie udziału eksportu w całkowitej sprzedaży, zintensyfikowanie powiązań z zagranicznymi partnerami oraz zwiększenie rozpoznawalności marek handlowych i krajowych na rynkach zagranicznych. W ramach refundowanych działań przewiduje się m.in. udział beneficjentów w zagranicznych imprezach targowo-wystawienniczych i misjach za granicą. Finansowane będą dwa typy projektów, tj. przygotowanie planu rozwoju eksportu

oraz jego wdrożenie, przy czym nie jest możliwe uzyskanie dotacji tylko na drugi typ projektu, z pominięciem pierwszego.

Budżet Działania 6.1 wynosi 121,84 mln Euro. Instytucją odpowiedzialną za wdrażanie Paszportu do eksportu jest Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.

#### **4. Finansowe instrumenty wspierania eksportu.**

##### **4.1. Instrumenty finansowe wspierania eksportu Banku Gospodarstwa Krajowego (BGK).**

Finansowym wspieraniem polskiego eksportu zajmuje się również Bank Gospodarstwa Krajowego (BGK). Na mocy Rządowego Programu Wspierania Eksportu poprzez udzielanie kredytów nabywcy lub bankowi nabywcy - BGK udziela zagranicznym nabywcom (bezpośrednio lub poprzez bank nabywcy) kredytów finansujących zakup polskich towarów i usług. Środki z kredytów wypłacane są bezpośrednio krajowym eksporterom, a zagraniczni nabywcy po dostawie towaru/usługi, dokonują spłaty kredytów.

Finansowanie udzielane zagranicznym kredytobiorcom objęte jest ochroną ubezpieczeniową Korporacji Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych S.A., która ubezpiecza je zarówno pod względem ryzyka politycznego, jak i handlowego.

Program rządowy zakłada następujące instrumenty finansowania polskiego eksportu:

Finansowanie średnio - i długoterminowe (okres kredytowania powyżej 2 lat):

- kredyt dla nabywcy udzielany poprzez bank importera,
- kredyt dla nabywcy (produkt jest obecnie w trakcie wdrażania).

Finansowanie krótkoterminowe:

- postfinansowanie akredytyw dokumentowych,
- dyskontowanie należności z akredytyw dokumentowych.

Produkty w zakresie finansowania krótkoterminowego są stosowane dla akredytyw otwartych przez banki mające swoją siedzibę w krajach ryzyka nierynkowego. Na program została przeznaczona kwota o łącznej wartości do 5,7 mld zł.