



20 lat inwestycji francuskich w Polsce

20 lat inwestycji francuskich w Polsce

Spis treści



07	Wstęp
09	Wywiad z Pierrem Buhlerem, Ambasadorem Francji w Polsce
11	Wywiad z Maciejem Wituckim, Prezesem Francuskiej Izby Przemysłowo-Handlowej w Polsce, Przewodniczącym Rady Nadzorczej Orange Polska
12	Najważniejsze wnioski
14	Polsko-francuskie relacje gospodarcze
14	Inwestycje francuskie na świecie
17	Przedsiębiorstwa francuskie w Polsce
18	Francuskie inwestycje bezpośrednie w Polsce
22	Polsko-francuska wymiana handlowa
25	Doświadczenia francuskich inwestorów w Polsce
25	Profil respondentów
29	Atrakcyjność inwestycyjna Polski
32	Gospodarka
34	Sektor publiczny
36	Rynek pracy
38	Infrastruktura
40	Otoczenie biznesowe
42	Plany na przyszłość
43	Społeczny wymiar inwestycji francuskich
44	Miejsce pracy
46	Środowisko naturalne
48	Społeczności lokalne
50	Rynek
51	Aneks
56	20 lat CCIFP w Polsce
58	KPMG w Polsce



Wstęp

W ciągu ostatnich dwudziestu lat obecność francuskich inwestorów w Polsce uwidoczniła się w bardzo wielu wymiarach. Oficjalne dane pokazują, że Francja jest w Polsce trzecim największym inwestorem zagranicznym, ale uwzględnienie także inwestycji pośrednich pozwala stwierdzić, że realnie ich skala jest znacznie większa. Francja jest także jednym z najważniejszych partnerów handlowych Polski. Nie sposób nie wspomnieć także o wiedzy i doświadczeniu, jakie przywieźli ze sobą francuscy inwestorzy.

W 2014 roku Francuska Izba Przemysłowo-Handlowa w Polsce (CCIFP), skupiająca firmy francuskie i polskie, obchodzi dwudziestolecie swojej działalności w Polsce. Z tej okazji CCIFP we współpracy z KPMG przygotowały raport podsumowujący dotychczasowe inwestycje francuskie w Polsce.

Raport oparty jest na badaniu przeprowadzonym na grupie 62 firm francuskich, które rozszerzono dodatkowo o pogłębione wywiady z inwestorami. Na podstawie najnowszych dostępnych danych na temat relacji polsko-francuskich przygotowano także analizę makroekonomiczną. Naszym celem było przed-

tawienie pełnego obrazu inwestycji francuskich w Polsce, a także pokazanie doświadczeń i opinii francuskich inwestorów. W raporcie zaprezentowano dokonaną przez nich ocenę atrakcyjności inwestycyjnej Polski, a także społeczny wymiar działalności biznesowej, którą prowadzą.

Serdecznie dziękujemy wszystkim osobom i firmom, których zaangażowanie przyczyniło się do powstania niniejszej publikacji. Mamy nadzieję, że dostarczy ona wielu ciekawych wniosków i spostrzeżeń, które będą zachętą do dyskusji na temat francuskich inwestycji w naszym kraju.



Bogusław Kowal

Dyrektor, French Desk
KPMG w Polsce

“

Polska jest krajem
nieprawdopodobnych
możliwości...



Wywiad z Pierrem Buhlerem, Ambasadorem Francji w Polsce

Jak ocenia Pan ostatnie 20 lat stosunków gospodarczych i politycznych pomiędzy Francją a Polską ?

Polsko-francuskie stosunki polityczne i gospodarcze mają długą historię. Naturalnie, uległy one intensyfikacji w ciągu ostatnich 20 lat, w szczególności od momentu wejścia Polski do Unii Europejskiej w dniu 1 maja 2004. Polska jest miejscem nieprawdopodobnych możliwości i Francja była jednym z pierwszych krajów, które towarzyszyły polskiemu rozwojowi w latach 90-tych.

Nasz kraj przyjmował także wielu Polaków i nasze dwustronne stosunki gospodarcze rozwijały się szybko, dzięki czemu Polska generuje obecnie z naszym krajem nadwyżkę handlową przekraczającą miliard euro.

Jeżeli chodzi o wymiar polityczny, przypomnę tylko, że niedawna wizyta w Warszawie w dniu 29 listopada 2013 roku Prezydenta Republiki Francuskiej stanowiła okazję do przeprowadzenia pierwszych od 2009 roku konsultacji międzyrządowych i że polski premier opisał nasze obecne relacje jako „najlepsze w historii”.



W jaki sposób Francja postrzega Polskę w perspektywie rozwoju relacji dwustronnych pomiędzy naszymi krajami ?

Niedawne konsultacje międzyrządowe, mające się odbywać corocznie, pozwoliły na potwierdzenie wysokiego poziomu wzajemnego zaufania panującego między naszymi krajami. Stanowiły przede wszystkim okazję do dopracowania metodologii, która pozwoli nam na rozwój naszych stosunków dwustronnych, opierając się na tym, co wspólne i poszukując możliwych kompromisów, by zneutralizować nasze rozbieżności.

Obecnie dysponujemy już formalnymi ramami dla rozwoju naszych relacji w kolejnych latach w oparciu o program współpracy, podpisany w celu wdrożenia strategicznego partnerstwa z 2008 r. Obejmuje ono całość naszych relacji, zaś głównym jego elementem jest oczywiście część poświęcona zagadnieniom gospodarczym, infrastrukturalnym i handlowym.

Jakie są główne atuty Polski w oczach inwestorów francuskich i jakimi atutami dysponują inwestorzy francuscy w Polsce ?

Polska dysponuje niewątpliwie wieloma atutami, gdyż nasz kraj plasuje się de facto na drugim miejscu wśród inwestorów zagranicznych w Polsce, z kwotami bardzo zbliżonymi do kwot zainwestowanych przez Niemcy.

Jej główne atuty to fakt, że jest dużym krajem z dobrze wykształconymi, ambitnymi i pracowitymi mieszkańcami, dysponującym znaczącym i dynamicznym rynkiem wewnętrznym, korzystnie usytuowanym geograficznie pod względem potrzeb eksportu ze swych zakładów produkcyjnych. Odnajmujemy również szereg przywilejów podatkowych dla inwestorów zagranicznych, a także specjalne strefy ekonomiczne, mnogość parków technologicznych i przemysłowych.

Atrakcyjność Polski nie słabnie, gdyż w ostatnim okresie przepływy bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Polsce, obecnie głównie w postaci finansowania spółek należących do tej samej grupy oraz reinwestowania zysków, ma charakter zdecydowanie dodatni i rosnący : 900 mln EUR w 2010 r., prawie 2 mld EUR w 2011 r. oraz ponad 3 mld EUR w 2012 r.

Pierre Buhler

Ambasador Francji w Polsce

Wywiad z Pierrem Buhlerem, Ambasadorem Francji w Polsce

Atuty francuskich inwestorów są dobrze znane i pozwoliły Francji na silne zaznaczenie swej obecności w Polsce, w branży przemysłowej (29%), energetycznej (14%), dystrybucji, usług finansowych, usługach komunalnych, infrastrukturze, technologiach informatycznych i telekomunikacji, w której to dziedzinie Francja jest największym zagranicznym pracodawcą. Francuscy inwestorzy posiadają know-how i uznane na całym świecie doświadczenie, które powinno pozwolić im na sprostanie dużym oczekiwaniom Polski w licznych dziedzinach, w szczególności w branży kolejowej, w której francuska wiedza ekspercka jest bezdyskusyjna, a potrzeby Polski ogromne.

W jaki sposób Ambasada wspiera rozwój polsko-francuskiej współpracy gospodarczej?

Troska o zapisywanie kart historii polsko-francuskich dwustronnych relacji gospodarczych spoczywa w pierwszym rzędzie na przedsiębiorstwach. Oczywiście jest, że Ambasada i wszystkie jej służby gotowe są uczynić wszystko co do nich należy, by udzielić im wsparcia. Jest to jednakże przede wszystkim wspólna praca, którą wykonać musi cały francuski supply chain, francuska drużyna złożona z wielkich, średnich i małych przedsiębiorstw, Ambasady i jej działów.

W działania te wpisują się oczywiście firmy już obecne w Polsce, Francuska Izba Przemysłowo-Handlowa w Polsce, radcy handlu zagranicznego Francji, regionalny dział ekonomiczny oraz Ubifrance. Wszyscy mamy do odegrania ważną rolę, by zapoznać środowisko biznesowe we Francji z możliwościami, które oferuje polski rynek. Mniej niż 10% spośród około 120 tys. francuskich przedsiębiorstw prowadzących eksport pojawiło się na polskim rynku, który jest przecież bardzo obiecujący.

Musimy jednak również, nie zapominając o własnych korzeniach, w większym stopniu uczestniczyć w polskim życiu publicznym, by lepiej zrozumieć ten kraj, oraz oczywiście sprawić, by nasz kraj był lepiej rozumiany. Nasza Ambasada i jej dział ekonomiczny towarzyszą i wspierają projekty firm i są zawsze obecne tam, gdzie mogą występować przeszkody – tu możemy pochwalić się kilkoma przykładami działań zwieńczonych sukcesem – jak też tam, gdzie mechanizmy podejmowania końcowej decyzji obejmują wymiar polityczny.

W jakim kierunku Pańskim zdaniem zmierzać będą francuskie inwestycje w Polsce?

Szczegółowa analiza dostępnych danych statystycznych ukazuje pewną liczbę kwestii, które mają duże szanse na ziszczenie się w przyszłości.

Trzy kraje wyróżniają się wśród inwestorów zagranicznych w Polsce wykazujących największe przepływy w 2012 r.: Niemcy (przepływ netto w wysokości 3,5 mld EUR wobec 3,8 mld w 2011 r.), Francja (3,1 mld EUR wobec 2 mld EUR w 2011 r.) oraz Wielka Brytania (0,8 mld EUR wobec 0,5 mld w 2011 r.). Jednocześnie obserwuje się ujemne przepływy w przypadku dwóch krajów uważanych głównie za platformy finansowe dla działań dużych koncernów: Holandii (-1,7 mld EUR) i Luksemburga (-3,2 mld EUR).

Pragnąłbym, by Francja pozostała w tej czołowej trójce i nie wątpię, że przy ogólnonarodowej mobilizacji tak właśnie się stanie.

Popyt w tym dynamicznie rozwijającym się kraju pozostaje bardzo znaczny. Będzie on również wspierany przez możliwości rozwoju, które zapewni wieloletnia perspektywa finansowa UE 2014-2020 o wartości kilkudziesięciu miliardów euro. Francuska oferta i know-how powinny w naturalny sposób znaleźć swe miejsce w Polsce z pożytkiem dla wszystkich. Ostatnie dwadzieścia lat to niewątpliwie sukces francuskiej obecności w Polsce. Niech wszyscy uczestnicy francuskiego tańca dostaw sprawią, by nasi inwestorzy mogli wykorzystać szanse, jakie daje potencjał Polski; towarzyszymy naszym francuskim firmom w drodze do tej Ziemi Obiecanej, jaką jest Polska.

Wywiad z Maciejem Wituckim, Prezesem Francuskiej Izby Przemysłowo-Handlowej w Polsce (CCIFP) i Przewodniczącym Rady Nadzorczej Orange Polska

Jak ocenia Pan, w perspektywie ostatnich 20 lat, polsko-francuskie relacje gospodarcze?

Stosunki polsko-francuskie w ostatnich latach przeżywają prawdziwy renesans. Częste kontakty liderów politycznych obu państw stworzyły dobry klimat dla przedsięwzięć gospodarczych. Chociaż światowy kryzys nie oszczędził wielu francuskich firm, to cały czas chcą one inwestować i rozwijać swoją aktywność w Polsce. Współpraca polsko-francuska mogłaby być lepsza i tu na pewno warto wspierać rozwiązania prawne jeszcze bardziej ułatwiające inwestowanie w Polsce i otwarcie się szerzej m.in. na projekty z wykorzystaniem partnerstwa publiczno-prywatnego. Francja dysponuje dużą wiedzą i kapitałem. Polska ma natomiast ogromny potencjał gospodarczy, a nasze firmy coraz śmielej atakują swoimi produktami i usługami francuski rynek.

Francuskie firmy w wielu dziedzinach gospodarki znajdują się w światowej czołówce. W jakich branżach francuscy przedsiębiorcy odnajdują się w Polsce?

Jeżeli weźmiemy pod uwagę, że w CCIFP jest stowarzyszonych ponad 420 firm, to zaryzykuję twierdzenie, że Francuzi w Polsce odnajdują się praktycznie w każdej dziedzinie. Oczywiście, ich obecność jest bardziej widoczna przez pryzmat dużych inwestorów, czyli przede wszystkim w branżach takich jak finansowa, motoryzacyjna, telekomunikacyjna, czy dużej dystrybucji. To jednocześnie kluczowe sektory, na które stawia Francja.

Nie można zapominać o branży energetycznej, gdzie Polska jest bardzo atrakcyjnym partnerem. I nie mam na myśli tylko rozwiązań z zakresu energetyki konwencjonalnej, której modernizacja jest ważna. Do tego dochodzi też energetyka jądrowa, która w przyszłości może w Polsce się rozwinąć, a budowa elektrowni jądrowych ma szansę być oparta właśnie o francuskie reaktory.

Czy Polska nadal jest atrakcyjnym miejscem do inwestycji dla francuskich partnerów?

Atrakcyjność najprościej jest mierzyć wielkością zaangażowanych środków. Łącznie w Polsce francuskie firmy zainwestowały blisko 22 mld euro. Takiej kwoty się nie zapomina, a biorąc pod uwagę bezpośrednie inwestycje zagraniczne Francja jest dziś trzecim największym inwestorem w Polsce. Francuzi to też pionierzy na polskim rynku. Warto pamiętać, że inwestycje z tego kraju są u nas prawie od początku lat 90. Francuzi w Polsce to inwestorzy zasiedziali i trochę też niedoceniani. Biorąc pod uwagę wieloletnie wzajemne doświadczenia oba kraje nadal powinny dostrzegać duże perspektywy rozwoju relacji gospodarczych na przyszłość. Polska jako duży kraj, po 10 latach obecności w UE, cały czas ma czym zachęcić francuskie firmy. Zarówno do rozpoczęcia nowych inwestycji jak i rozwijania tych, które już są tu obecne.



Maciej Witucki

Prezes CCIFP i Przewodniczący Rady Nadzorczej Orange Polska



Najważniejsze wnioski

Francja jest czwartym co do wielkości inwestorem na świecie

Biorąc pod uwagę wartość skumulowanych inwestycji zagranicznych, Francja jest obecnie czwartym największym inwestorem na świecie, po Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii i Niemczech. W 2012 roku skumulowane inwestycje Francji wyniosły 914 mld €.

Głównym kierunkiem inwestycji francuskich jest Europa – w 2012 roku Francja zainwestowała tam aż 588 mld euro, z czego 90% stanowiły inwestycje w krajach UE. Drugim ważnym kierunkiem inwestycji jest Ameryka Północna, gdzie największym odbiorcą inwestycji francuskich są Stany Zjednoczone.

1349 inwestorów francuskich interesuje się Polską

Od momentu wejścia Polski do UE widoczny jest wzrost zainteresowania francuskich przedsiębiorców polskim rynkiem i zwiększenie skali współpracy między krajami. W 2012 roku w Polsce obecnych było już 1349 firm francuskich, w których kapitał posiadało 1757 francuskich udziałowców. Francja jest w Polsce także jednym z najważniejszych zagranicznych pracodawców – liczba pracowników zatrudnionych w firmach francuskich szacowana jest na 200 tys.

Francja jest trzecim co do wielkości zagranicznym inwestorem w Polsce

W 2012 roku skumulowana wartość Bezpośrednich Inwestycji Zagranicznych (BIZ) Francji w Polsce wyniosła blisko 90 mld zł (21,9 mld €), co stanowiło 12% ogółu BIZ w naszym kraju. Francja jest w Polsce trzecim największym inwestorem zagranicznym, natomiast ze względu na specyfikę inwestowania w Holandii (reinvestowanie zagranicznego kapitału poprzez spółki holdingowe), realną rolę inwestycji francuskich należy uznać za większą niż wynika to ze statystyk. KPMG szacuje, że realna wartość inwestycji francuskich w Polsce w 2012 roku sięgała 98,7-103,2 mld zł. Francuscy inwestorzy angażują się w Polsce przede wszystkim w przetwórstwo przemysłowe (jedna trzecia inwestycji), handel (17% inwestycji) oraz informację i komunikację (13% inwestycji).

Francja jest jednym z najważniejszych partnerów handlowych Polski

Rynek francuski jest czwartym największym rynkiem eksportowym Polski. W 2013 roku wartość eksportu do Francji wyniosła 35,7 mld zł (około 6% łącznego eksportu Polski). Eksportuje się tam przede wszystkim sprzęt elektryczny i RTV oraz maszyny i urządzenia mechaniczne. Import z Francji wynosił w tym samym roku 24,5 mld zł, co oznacza, że jest ona piątym największym dostawcą towarów do Polski. Importowane są głównie pojazdy oraz maszyny

i urządzenia mechaniczne. Za sprawą wzrostu eksportu do Francji w ostatnich latach znacznie poprawiło się saldo wymiany towarowej Polski z tym krajem.

Francuscy inwestorzy wysoko oceniają atrakcyjność inwestycyjną Polski

Prawie wszyscy respondenci (97%) deklarują, że poleciliby Polskę jako miejsce docelowe inwestycji firmom zagranicznym nieobecnym jeszcze na polskim rynku. Nie jest to zaskoczeniem, że aż 88% ocenia atrakcyjność inwestycyjną Polski bardzo pozytywnie lub pozytywnie, a 61% uważa także, że w czasie spowolnienia gospodarczego atrakcyjność ta wzrosła na tle innych krajów europejskich. Firmy są zadowolone także z dotychczasowych efektów swoich inwestycji w Polsce – 87% ocenia je bardzo pozytywnie lub pozytywnie.

Przy wyborze miejsca inwestycji francuscy inwestorzy kierują się wielkością rynku i perspektywami jego wzrostu

Kluczowym czynnikiem, jaki respondenci biorą pod uwagę przy podejmowaniu decyzji o lokalizacji inwestycji jest wielkość lokalnego rynku (58% wskazań), a także perspektywy jego rozwoju (63%). Duże znaczenie odgrywa panujący w kraju inwestycji system podatkowy i prawny – aż 39% przedsiębiorstw bierze pod uwagę jego stabilność. Co trzecia firma (32%) poddaje analizie dostępność i jakość potencjalnych pracowników umysłowych z wymaganym doświadczeniem.

Najlepiej ocenianym aspektem polskiej atrakcyjności inwestycyjnej jest gospodarka

Aż 87% francuskich inwestorów określa sytuację gospodarczą w Polsce jako pozytywną. Najlepiej oceniane są te aspekty polskiej gospodarki, które są dla inwestorów najważniejsze przy wyborze miejsca inwestycji. Prawie wszystkie firmy (96%) pozytywnie oceniają lokalizację geograficzną Polski. Dobrze oceniana jest zarówno wielkość polskiego rynku (86%) jak i perspektywy jego wzrostu (90%). Osiem na dziesięć firm jest zadowolonych również ze stabilności polskiej gospodarki.

Najgorzej ocenianymi aspektami są sektor publiczny i infrastruktura

Firmy francuskie stosunkowo słabo oceniają sektor publiczny oraz infrastrukturę w Polsce. Część czynników związanych z tymi obszarami została oceniona negatywnie przez znaczny odsetek respondentów. Nieznacznie mniej niż połowa (44%) badanych negatywnie ocenia jakość infrastruktury w Polsce. Dla podobnego odsetka firm zbyt wysoki jest także poziom biurokracji (44% ocen negatywnych). Mimo że wysokość opodatkowania w Polsce jest zdaniem francuskich inwestorów satysfakcjonująca, problem stanowi brak przejrzystości (44%) oraz stabilności (31%) systemu podatkowego i prawnego.

Większość firm planuje w najbliższej przyszłości zwiększyć skalę inwestycji w Polsce

Aż 64% respondentów deklaruje, że w ciągu trzech najbliższych lat zwiększy skalę inwestycji w Polsce, a jedynie 3% planuje jej zmniejszenie. Co czwarta firma chce otworzyć nowe biuro lub oddział, a kolejne 25% zdecyduje się na inne inwestycje takie jak rozbudowa istniejących magazynów, fabryk i punktów sprzedaży, wejście na nowe rynki oraz inwestycje w e-commerce.

Znaczna większość francuskich inwestorów prowadzi w Polsce działania CSR

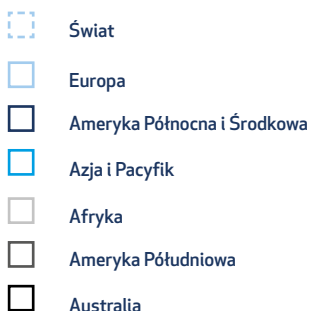
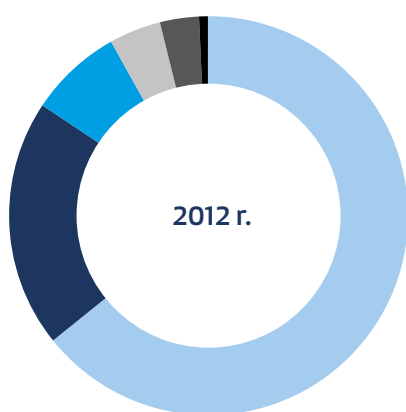
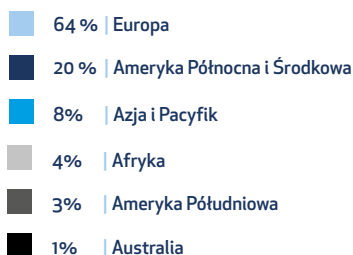
Firmy francuskie, które zainwestowały w Polsce, przykładają dużą wagę do społecznego wymiaru swojej działalności. Trzy czwarte z nich prowadzi w Polsce programy lub projekty CSR (ang. Corporate Social Responsibility), a kolejne 21% firm deklaruje, że rozważa rozpoczęcie takiej działalności. W przypadku aż dziewięciu na dziesięć przedsiębiorstw CSR pełni bardzo ważną lub ważną rolę w wartościach firmy. Większość (65%) prowadzi w Polsce CSR zarówno z inicjatywy globalnego właściciela, jak i inicjatywy lokalnych.

Polsko-francuskie relacje gospodarcze

Celem pierwszej części raportu jest ocena polsko-francuskich relacji gospodarczych poprzez kompleksową analizę makroekonomiczną. Na podstawie najnowszych dostępnych danych Narodowego Banku Polski, Głównego Urzędu Statystycznego, Eurostatu

i Narodowego Banku Francji przedstawiono skalę dotychczasowych francuskich inwestycji w Polsce oraz wielkość i strukturę polsko-francuskiej wymiany handlowej. Dane ekonomiczne poparto przykładami najważniejszych firm francuskich obecnych w Polsce.

INWESTYCJE FRANCUSKIE NA ŚWIECIE



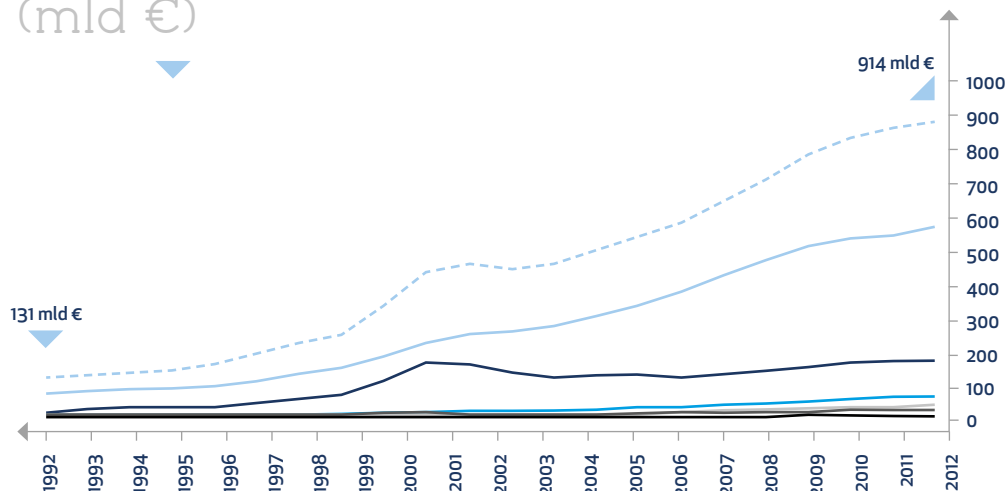
Biorąc pod uwagę łączną wartość skumulowanych inwestycji zagranicznych, Francja jest obecnie czwartym największym na świecie inwestorem. W 2012 roku wyprzedziły ją jedynie Stany Zjednoczone, Wielka Brytania i Niemcy.

Warto zwrócić uwagę, że w ciągu 20 lat (1992-2012) skumulowana wartość zagranicznych inwestycji Francji na świecie wzrosła siedmiokrotnie, ze 131 mld € do 914 mld €.

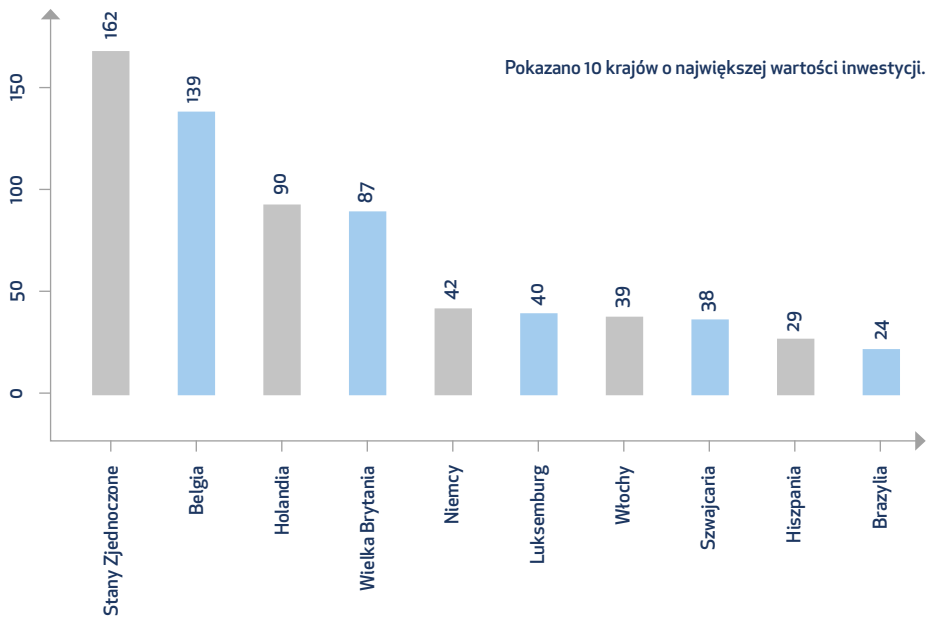
Głównym kierunkiem inwestycji francuskich jest naturalnie Europa – w ujęciu nominalnym w analizowanym horyzoncie czasowym (1992-2012) największy wzrost wartości inwestycji miał miejsce właśnie na tym kontynencie. W 2012 roku inwestycje Francji w Europie były warte już prawie 588 mld €, z czego 90% stanowiły inwestycje w krajach Unii Europejskiej.

Drugim ważnym kierunkiem inwestycji zagranicznych Francji jest Ameryka Północna. W 2012 roku inwestycje francuskie w tym regionie świata były warte 182 mld €, czyli około jedną piątą ogółu światowych inwestycji Francji.

Wartość i struktura skumulowanych inwestycji francuskich na świecie (mld €)



Główne kierunki francuskich inwestycji zagranicznych wg krajów (2012, mld €)



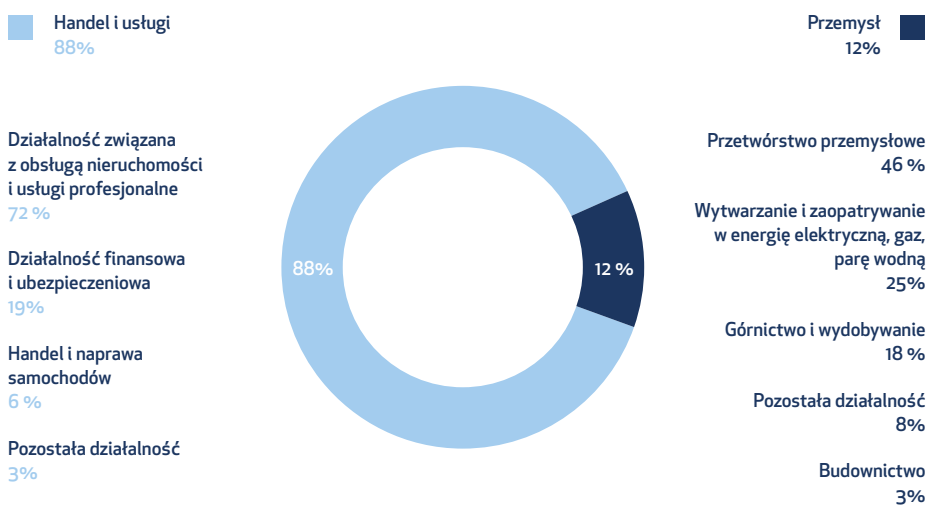
Źródło: opracowanie własne KPMG w Polsce na podstawie danych Banque de France.

Krajem, do którego dociera obecnie najwięcej francuskich inwestycji są Stany Zjednoczone. W 2012 roku skumulowane inwestycje Francji w USA wyniosły aż 162 mld €, co stanowiło 89% wszystkich inwestycji francuskich w regionie Ameryki Północnej i Środkowej.

Na kolejnych ośmiu miejscach uplasowały się kraje UE i Szwajcaria.

Ostatnim z dziesięciu najważniejszych kierunków inwestycji francuskich jest Brazylia. W 2012 roku skumulowana wartość inwestycji Francji w tym kraju wyniosła 24 mld €, co oznacza, że był on największym (82%) odbiorcą francuskich inwestycji w Ameryce Południowej.

Skumulowane inwestycje francuskie na świecie wg sektora (2012)



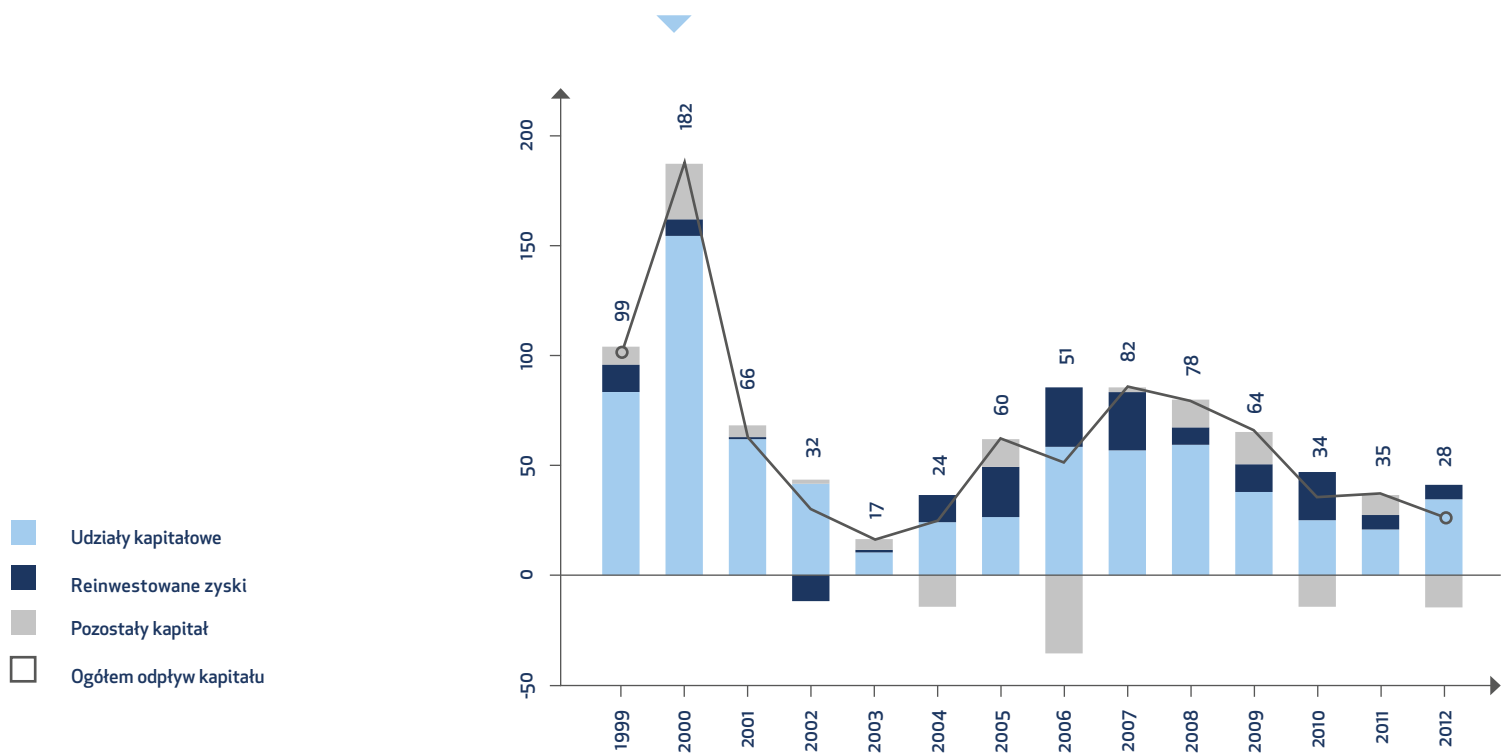
Źródło: opracowanie własne KPMG w Polsce na podstawie danych OECD.

Znaczną większość (88% w 2012 roku) światowych inwestycji Francji stanowią inwestycje w handel i usługi. W tym sektorze największe udziały ma działalność związana z obsługą nieruchomości i usługi profesjonalne (72% inwestycji w handel i usługi) oraz działalność finansowa i ubezpieczeniowa (19%). Z kolei w przemyśle, stanowiącym 12% ogółu inwestycji, dominują przetwórstwo przemysłowe (46% inwestycji w przemysł), wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz i parę wodną (25%) oraz górnictwo i wydobywanie (18%).

W latach 1999-2012 największy odpływ kapitału francuskiego za granicę, równy 182 mld euro, miał miejsce w 2000 roku. Następnie roczny poziom odpływu kapitału znacznie się obniżył.

Warto zwrócić uwagę, że w dalszym ciągu większość odpływającego kapitału stanowią udziały kapitałowe wnoszone do firm. Na pozostały kapitał składają się natomiast kredyty i pożyczki oraz dłużne papiery wartościowe. W przypadku odpływu kapitału dodatnia wartość pozostałego kapitału oznacza udzielanie pożyczek i kredytów przez Francję podmiotom z innych krajów, wartość ujemna natomiast spłatę tych pożyczek i kredytów przez firmy spoza Francji.

Struktura odpływu kapitału z Francji (mld €)



Źródło: opracowanie własne KPMG w Polsce na podstawie danych Banque de France.

PRZEDSIĘBIORSTWA FRANCUSKIE W POLSCE

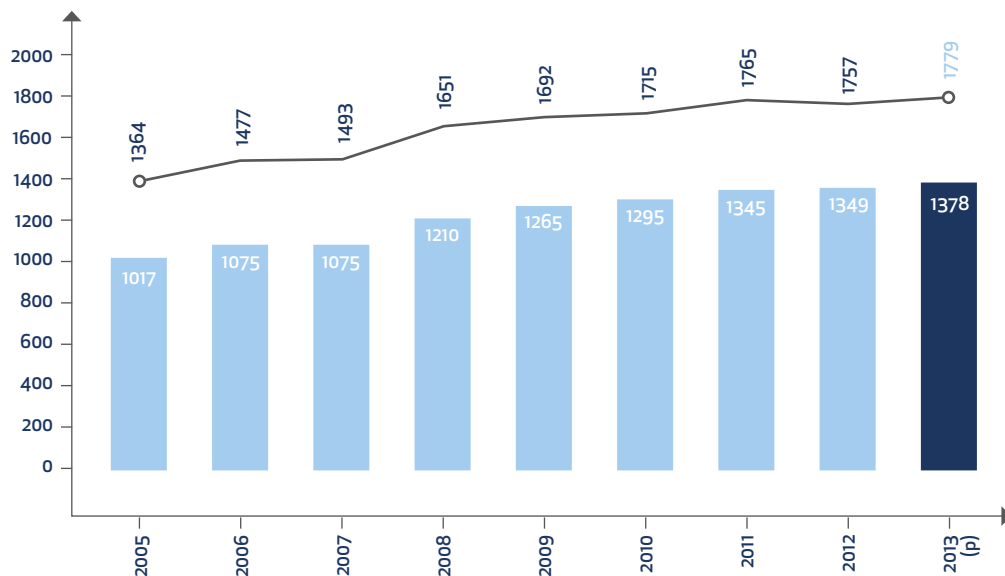
Francuscy inwestorzy wykazują zainteresowanie polskim rynkiem – wciąż zwiększa się liczba obecnych w Polsce przedsiębiorstw francuskich. W rezultacie widoczny jest także wzrost kapitału francuskiego.

Od wstąpienia Polski do Unii Europejskiej widoczny jest wzrost liczby zarejestrowanych w Polsce przedsiębiorstw z udziałem kapitału francuskiego. W latach 2005-2012 liczba takich firm rosła w średnim tempie 4% rocznie. W podobnym tempie zwiększała się liczba udziałowców francuskich. W roku 2012 było w Polsce już 1349 przedsiębiorstw z udziałem kapitału francuskiego, w tym 1134 o przeważającym udziale kapitału zagranicznego, oraz 1757 udziałowców francuskich.

Struktura przedsiębiorstw francuskich działających w Polsce różni się od struktury ogółu firm z kapitałem z krajów Unii Europejskiej obecnych na polskim rynku. Około połowę (48%) przedsiębiorstw francuskich stanowiły firmy zatrudniające co najmniej 10 pracowników, podczas gdy dla UE było to jedynie 36%.

Francuskie przedsiębiorstwa pozostają jednym z najważniejszych zagranicznych pracodawców w Polsce – obecnie zatrudniają one bezpośrednio około 200 tys. pracowników.

Przedsiębiorstwa francuskie w Polsce



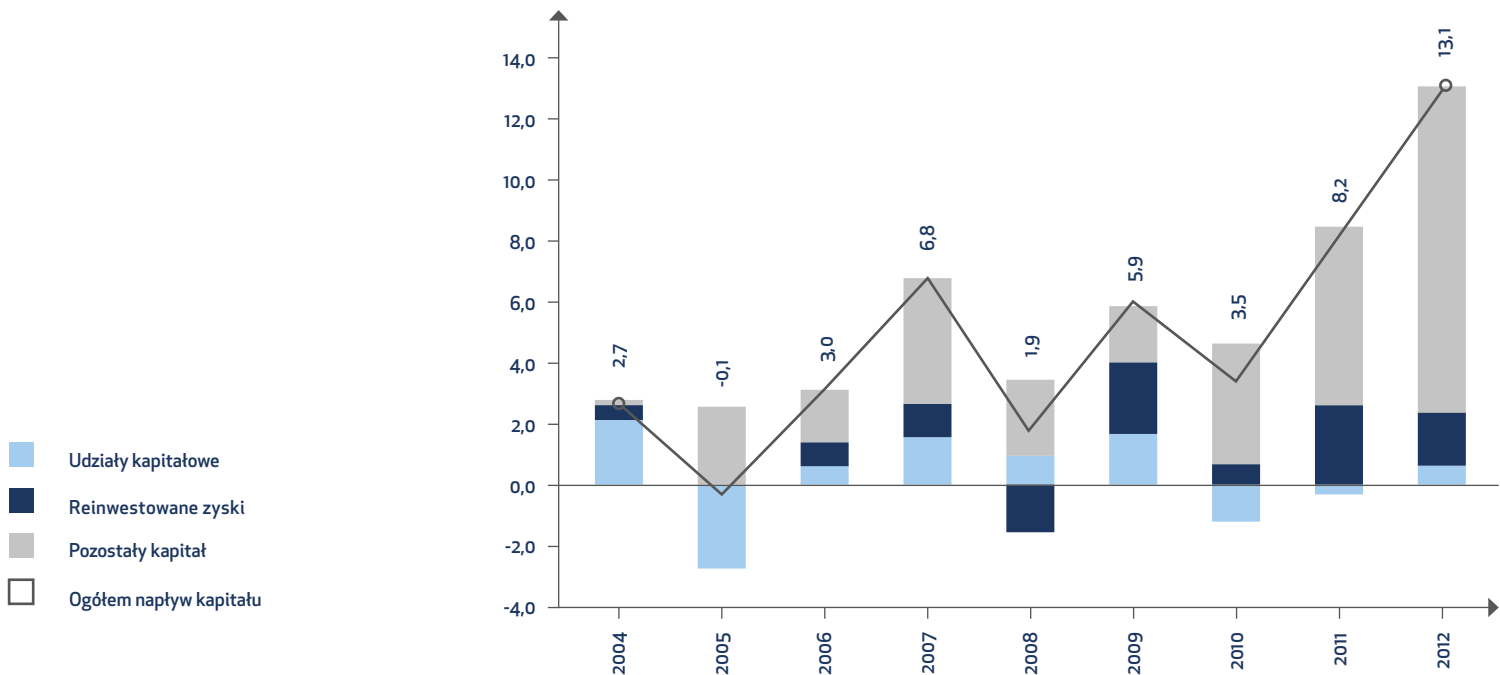
(p) – prognoza KPMG w Polsce.

- Liczba podmiotów z udziałem kapitału francuskiego
- Liczba udziałowców francuskich

Źródło: opracowanie własne KPMG w Polsce na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego w Polsce.

FRANCUSKIE INWESTYCJE BEZPOŚREDNIE W POLSCE

Struktura napływu kapitału francuskiego do Polski (mld zł)



Źródło: opracowanie własne KPMG w Polsce na podstawie danych Narodowego Banku Polski.

Francja jest jednym z najważniejszych inwestorów zagranicznych w Polsce. Od 2004 roku, wartość skumulowanych inwestycji francuskich wzrosła dwuipółkrotnie, z 34,2 mld zł (8,4 mld euro) do 89,7 mld zł (21,9 mld euro).

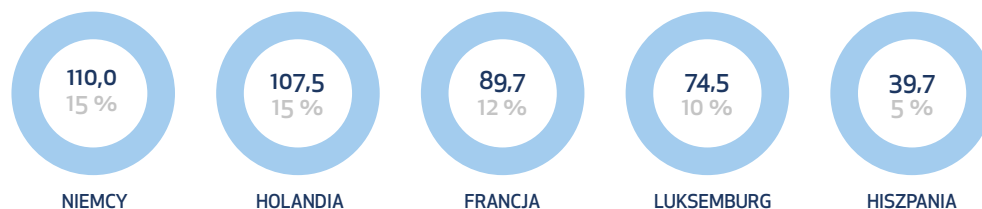
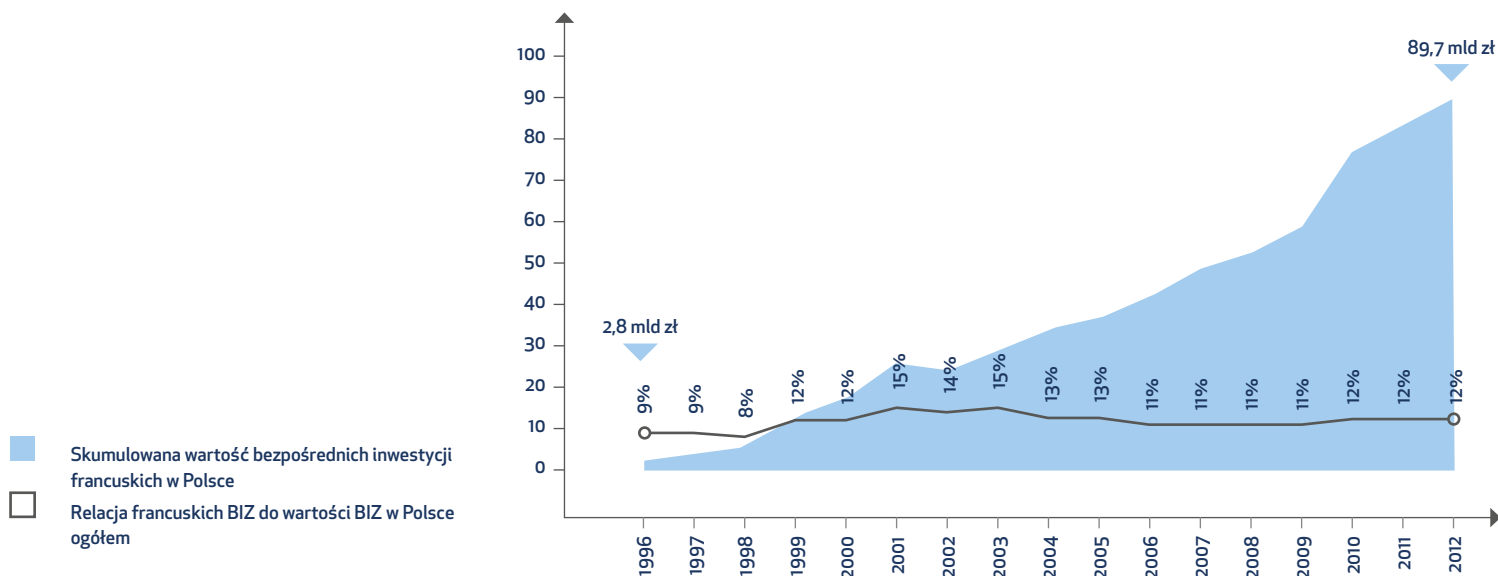
Od momentu wejścia Polski do UE napływ kapitału francuskiego charakteryzuje się dużą zmiennością. W 2012 roku jego wartość przekroczyła 13 mld zł. W ostatnich latach największą część kapitału stanowił kapitał pozostały, czyli głównie pożyczki dla polskich przedsiębiorców.

Pod względem skumulowanej wartości BIZ, Francja jest obecnie trzecim co do wielkości inwestorem zagranicznym w Polsce. Realne znaczenie Francji wśród inwestorów zagranicznych jest jednak większe niż wynika to z oficjalnych statystyk.

Duża część kapitału trafiającego do takich krajów jak Holandia czy Luksemburg, ze względu na panujące tam dogodne uwarunkowania prawne i podatkowe, jest następnie reinwestowana w innych krajach, najczęściej przez spółki holdingowe. W efekcie faktyczna wartość skumulowanych inwestycji Holandii i Luksemburga w Polsce jest niższa niż wynika ze statystyk.

W celu weryfikacji wartości inwestycji francuskich w Polsce, prowadzonych pośrednio poprzez spółki holdingowe działające w innych krajach, przeprowadzono analizę powiązań kapitałowych średnich i dużych firm obecnych w Polsce dostępnych w komercyjnych bazach danych. W ramach analizy przebadano dane bilansowe spółek będących bezpośrednio własnością podmiotów francuskich oraz, dodatkowo, tych, które nie mają bezpośredniego udziałowca francuskiego, ale są własnością globalnych francuskich grup kapitałowych. Wyniki pokazały, że realna wartość inwestycji francuskich w Polsce, tj. uwzględniająca inwestycje poprzez holdingi, może być nawet o 10-15% wyższa. Okazuje się, że realnie Francja może być nawet drugim co do wielkości inwestorem zagranicznym w Polsce, z faktyczną wartością inwestycji rzędu 98,7-103,2 mld zł.

Francuskie inwestycje bezpośrednie w Polsce (mld zł)



Podano skumulowaną wartość BIZ kraju w Polsce (w mld zł). Procentowo podano udziały w wartości BIZ w Polsce ogółem.

Źródło: opracowanie własne KPMG w Polsce na podstawie danych Narodowego Banku Polski i bazy Amadeus.

* Szacunki KPMG w Polsce.

Od roku 2004 wartość skumulowanych inwestycji francuskich w Polsce rośnie. W 2012 roku wyniosła ona blisko 90 mld zł. Stanowiło to 12% ogółu BIZ

w Polsce, a udział ten od lat kształtuje się na stałym poziomie.

* WARTOŚĆ REALNA
INWESTYCJI FRANCUSKICH W POLSCE

Główne branże, w których zaangażowany jest kapitał francuski (2012, mld zł)



Procentowo podano udziały w ogólnej wartości BIZ Francji w Polsce.

28,4	32%	Przetwórstwo przemysłowe Przykłady firm: Michelin, Valeo, Sanofi-Aventis, Saint-Gobain, Essilor
15,1	17%	Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów Przykłady firm: Carrefour, Auchan, Leroy-Merlin
11,5	13%	Informacja i komunikacja Przykłady firm: Orange, Alcatel-Lucent, Antalis, Canal + Cyfrowy
7,9	9%	Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości Przykłady firm: Klepierre, BNP Paribas Real Estate
6,9	8%	Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna Przykłady firm: Bureau Veritas, Edenred, Sodexo
6,8	8%	Działalność finansowa i ubezpieczeniowa Przykłady firm: Axa, BNP Paribas, Crédit Agricole, Société Générale
5,8	6%	Wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną Przykłady firm: EDF, Dalkia, GDF Suez, Alstom
2,7	3%	Budownictwo Przykłady firm: Warbud, Karmar, Eiffage Polska, Colas, RD BUD
2,0	2%	Transport i gospodarka magazynowa Przykłady firm: Air France, FM Logistics, Geodis, Samat, Gefco
1,5	2%	Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca Przykłady firm: Konsalnet

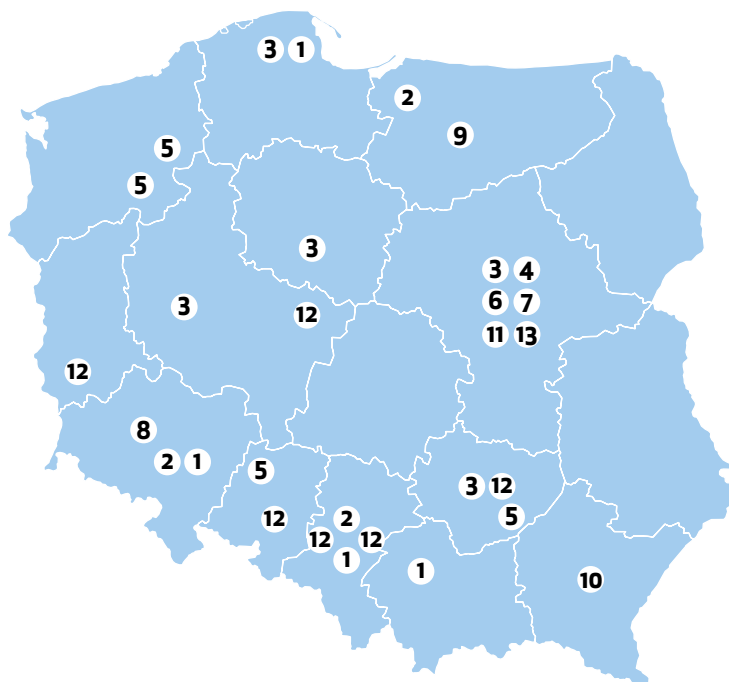
Źródło: opracowanie własne KPMG w Polsce na podstawie danych Narodowego Banku Polski i bazy Amadeus.

Główną branżą, w którą inwestują francuskie firmy jest przetwórstwo przemysłowe – w 2012 roku wartość inwestycji w tym sektorze przekroczyła 28 mld zł, co stanowiło blisko jedną trzecią ogółu bezpośrednich inwestycji francuskich w Polsce. Prawie o połowę mniejsza była wartość inwestycji francuskich w obszarze handlu, co stanowiło 17% ogółu.

Warto zwrócić uwagę, że zainteresowanie polskich inwestorów Francją jest wciąż niewielkie. Wartość skumulowanych inwestycji Polski we Francji wyniosła

w 2012 roku 3,4 mld złotych, co stanowi jedynie 2% ogółu BIZ Polski na świecie. Polskie inwestycje we Francji mają małe znaczenie – w 2011 roku ich wartość stanowiła zaledwie 0,1% łącznych inwestycji zagranicznych we Francji.

Wybrane inwestycje francuskich firm w Polsce



Źródło: opracowanie własne KPMG w Polsce na podstawie analizy stron internetowych największych inwestorów francuskich w Polsce.

1 EDF
Produkcja energii m.in. w elektrowni w Rybniku i elektrociepłowniach we Wrocławiu, Krakowie, Gdańsku i Gdyni. Realizacja programu modernizacji zakładów.

2 ALSTOM
Produkcja w Fabryce Turbin oraz Odlewni staliwa i żeliwa w Elblągu, w Fabryce Generatorów we Wrocławiu oraz Fabryce Taboru Szynowego w Chorzowie.

3 LAFARGE
Inwestycje w zakup oraz modernizację cementowni, kopalni i żwirowni kruszywo oraz zakładów betoniarskich. Od 1995 r. wartość inwestycji w Polsce przekroczyła 500 mln euro. Obecnie Lafarge posiada ponad 60 zakładów produkcyjnych w kraju.

4 CARREFOUR
Carrefour Polska swój pierwszy hipermarket otworzył w 1997 roku w Łodzi. Obecnie pod szyldem Carrefour w Polsce działa ponad 600 sklepów w różnych formatach. Carrefour jest także właścicielem i zarządcą centrów handlowych.

5 GDF SUEZ
Budowa w Połańcu „Zielonego Bloku” o mocy 205 MW - największego na świecie bloku energetycznego zasilanego wyłącznie biomasą. 3 farmy wiatrowe (2011 - 2013) o łącznej mocy 102 MW. Łączna wartość inwestycji GDF Suez Energia Polska to ponad 3 mld zł.

6 ORANGE POLSKA
Największa sieć szybkiego internetu w Polsce.

7 AUCHAN
Otwarcie w 1996 r. pierwszego hipermarketu sieci w Polsce (Piaseczno). Obecnie Auchan ma już 29 hipermarketów w Polsce, firma przejęła także sieć sklepów Real.

8 FAURECIA
Uruchomienie w Polsce dziewięciu zakładów produkcyjnych i jednego centrum B+R. Najnowsza fabryka znajduje się w Legnickiej SSE.

9 MICHELIN
Prywatyzacja (1995 r.) i modernizacja olsztyńskiej fabryki opon.

10 SANOFI
1996 - utworzenie w Rzeszowie jednego z nowoczesniejszych zakładów produkujących leki w Europie. 2013 - uruchomienie zakładu produkującego dermokosmetyki.

11 ESSILOR
Utworzenie w Warszawie jednego z najnowocześniejszych laboratoriów optycznych w Europie (2001 r.).

12 SAINT-GOBAIN
Pierwsze inwestycje w 1994 r. Saint-Gobain ma w Polsce 24 fabryki. Między innymi: jedną z najnowocześniejszych na świecie hut szkła float i zakład produkcji szyb samochodowych Sekurit w Dąbrowie Górniczej, zakłady ISOVER w Gliwicach i Rigips w Stawianach.

13 LEROY MERLIN
Otwarcie pierwszego sklepu w Polsce (Piaseczno) w 1996 r. Do tej pory sieć Leroy Merlin otworzyła w kraju 46 sklepów.

POLSKO-FRANCUSKA WYMIANA HANDLOWA

Francja jest ważnym partnerem handlowym Polski. Za sprawą wzrostu eksportu do tego kraju w ostatnich latach znacznie poprawiło się saldo wymiany towarowej Polski.

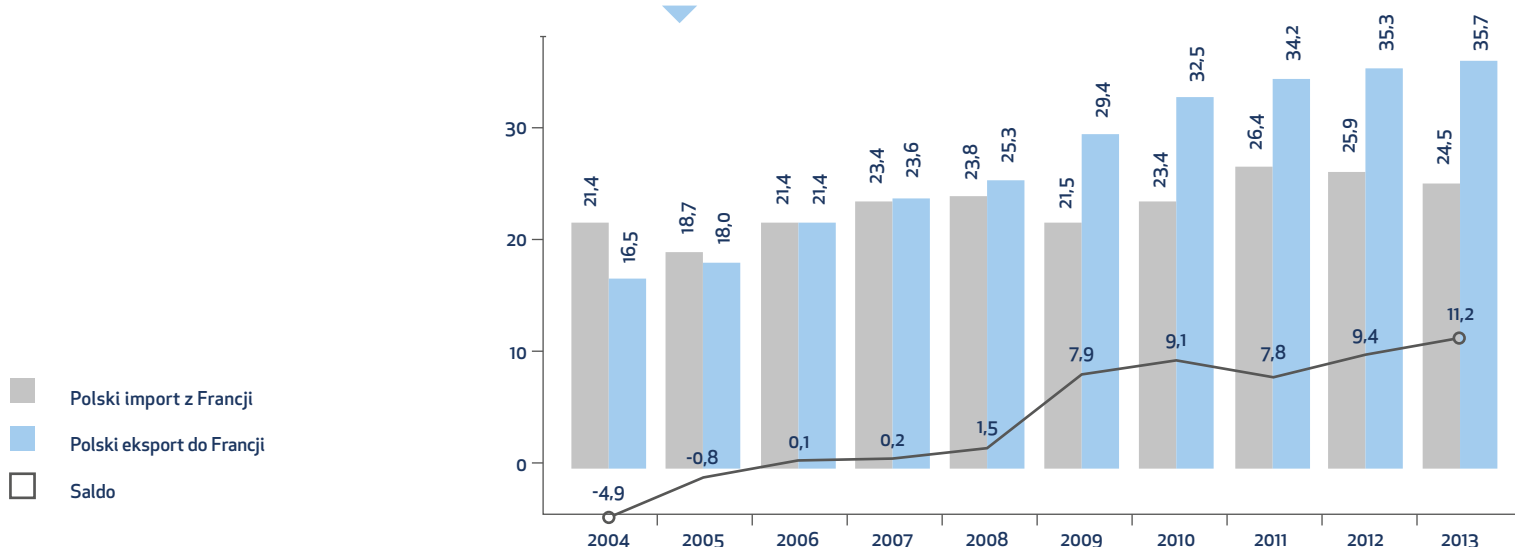
Rynek francuski jest jednym z głównych rynków eksportowych Polski. W 2013 roku wartość eksportu do Francji wyniosła 35,7 mld zł, co stanowiło około 6% łącznego eksportu Polski.

Mniejszą wartość ma import towarów z Francji do Polski. Francja jest czwartym co do wielkości dostawcą towarów do Polski, w 2013 roku wartość importu wyniosła 24,5 mld zł, co stanowiło około 4% łącznego importu towarów.

O ile wartość towarów importowanych z Francji do Polski utrzymuje się na mniej więcej stałym poziomie, o tyle wartość eksportu do Francji znacznie wzrosła w latach 2009-2013. W rezultacie od 2009 roku znacznie poprawiło się także saldo wymiany handlowej Polski z tym krajem. W 2013 roku nadwyżka w obrotach handlowych wyniosła już ponad 11 mld zł.

Warto zwrócić uwagę, że z punktu widzenia Francji, Polska nie należy do najważniejszych partnerów handlowych. Import z Polski stanowi jedynie 1,7% ogółu dostarczonych towarów, a eksport do Polski odpowiada za 1,4% łącznego eksportu Francji.

Polsko-francuska wymiana handlowa (mld zł)

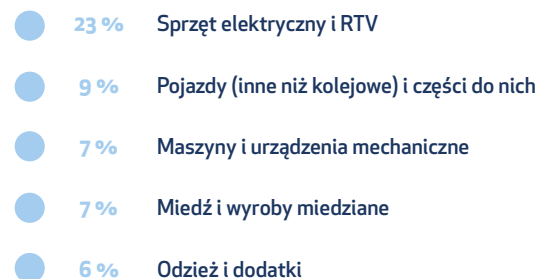


Pięć najważniejszych kierunków eksportu polskich towarów (2013, mld zł)

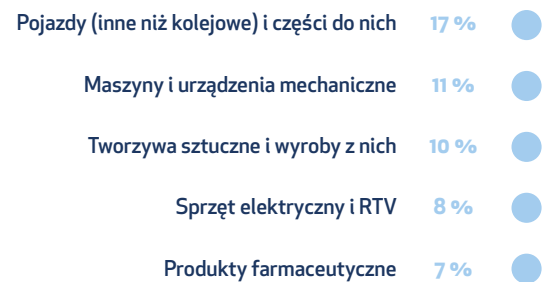
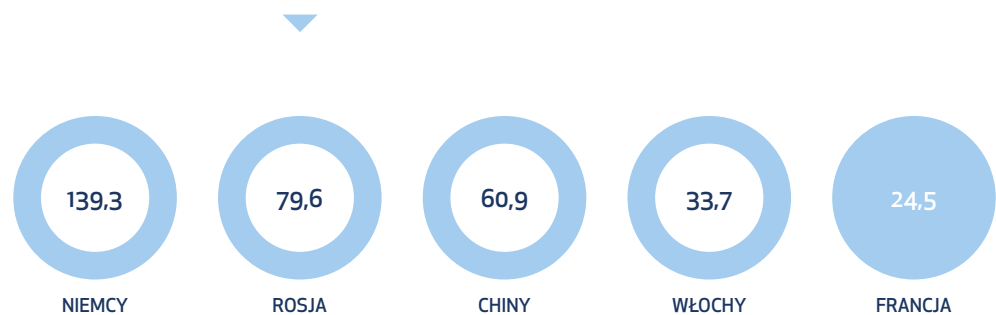


Dane wstępne. Źródło: opracowanie własne KPMG w Polsce na podstawie danych GUS.

Dla porównania w 2000 roku eksport do Francji wyniósł 7,2 mld zł

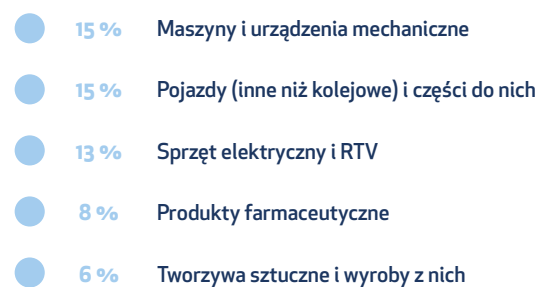


Pięciu najważniejszych zagranicznych dostawców towarów do Polski (2013, mld zł)



Dane wstępne. Źródło: opracowanie własne KPMG w Polsce na podstawie danych GUS.

Dla porównania w 2000 roku import z Francji wyniósł 13,7 mld zł



Doświadczenia francuskich inwestorów w Polsce

Druga część raportu przedstawia doświadczenia i opinie inwestorów francuskich, którzy działają na polskim rynku. Osoby ze ścisłego kierownictwa badanych przedsiębiorstw odpowiedziały na pytania dotyczące atrakcyjności inwestycyjnej Polski, planów na przyszłość, a także społecznej odpowiedzialności prowadzonego przez nich biznesu.

Dane zostały zebrane w ramach badania ankietowego przeprowadzonego jesienią 2013 roku wśród 62 obecnych w Polsce firm francuskich. Z wybranymi firmami przeprowadzone zostały także wywiady pogłębione. W większości respondentami badania byli członkowie Francuskiej Izby Przemysłowo-Handlowej w Polsce (CCIFP). Łączne skonsolidowane

przychody przebadanych firm z udziałem kapitału francuskiego odpowiadają za około 13% przychodów firm z kapitałem francuskim w Polsce. Poddanie badaniu ilościowemu i jakościowemu takiej części rynku pozwoliło na otrzymanie miarodajnego obrazu inwestycji francuskich w naszym kraju.

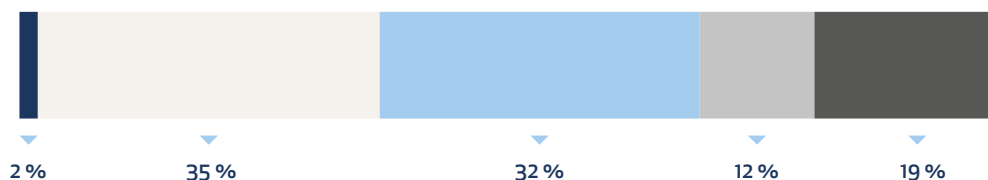
PROFIL RESPONDENTÓW

Badanie przeprowadzono na próbie 62 firm pochodzenia francuskiego, które są obecne na polskim rynku. Respondentami były osoby na stanowiskach kierowniczych, głównie prezesi i dyrektorzy badanych przedsiębiorstw.

Większość (69%) z przebadanych firm weszło na polski rynek w latach 90. Najczęstszym sposobem wejścia na rynek były inwestycje typu greenfield (51%), czyli inwestycje na terenie, który posiada jedynie podstawową infrastrukturę, a dotychczas nie był używany przez przemysł lub usługi. Znaczny odsetek respondentów zdecydował się na przejęcie (15%) lub prywatyzację (13%). Najmniej przedsiębiorstw (4%) pojawiło się na polskim rynku w wyniku fuzji.

Głównym sektorem działalności co czwartej badanej firmy jest produkcja przemysłowa. Trochę mniejsza liczba firm opiera swoją działalność na handlu (15%), usługach profesjonalnych i B2B (15%) oraz IT, technologii, mediach i komunikacji (13%).

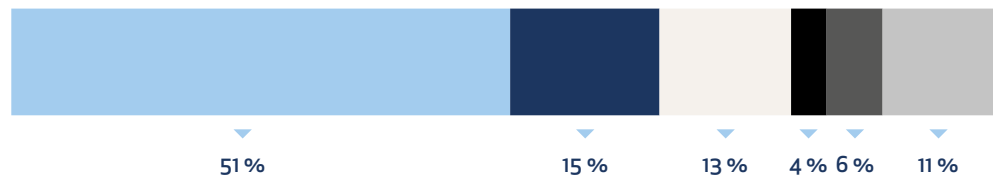
Rok wejścia firmy na polski rynek



Źródło: KPMG w Polsce. Pominięto braki odpowiedzi.

Sposób wejścia na polski rynek

- Inwestycja typu greenfield
- Przejęcie firmy prywatnej
- Prywatyzacja
- Fuzja
- Joint venture
- Inne



Główny sektor działalności firmy

- 23 % Produkcja przemysłowa
- 15 % Handel detaliczny i hurtowy
- 15 % Usługi profesjonalne i B2B
- 13 % IT, technologia, media i telekomunikacja
- 11 % Budownictwo i nieruchomości
- 8 % Energia, usługi komunalne
- 6 % Transport, spedycja, logistyka
- 6 % Bankowość i finanse
- 3 % Inne

Operacje otwarte w polskiej filii firmy

- 55 % Sprzedaż
- 37 % Dystrybucja / logistyka
- 34 % Finanse
- 31 % Produkcja
- 29 % Human Resources
- 29 % Administracja
- 29 % Marketing
- 19 % Centrum usług wspólnych
- 18 % Inne
- 15 % Public Relations
- 15 % Badania i rozwój
- 8 % Centrum Badawczo-Rozwojowe

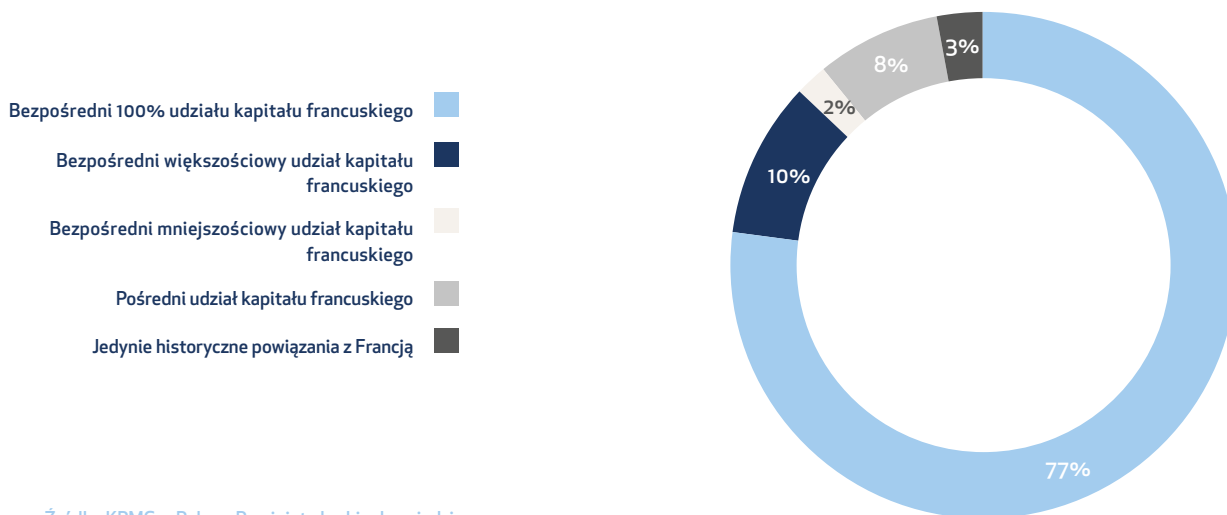
Najczęściej otwieranym działem w polskiej filii przedsiębiorstwa jest sprzedaż (55% respondentów). Blisko 37% firm francuskich zajmuje się w Polsce także dystrybucją i logistyką. Co trzecia firma (34%) wskazała na operacje finansowe, a 31% na produkcję.

Patrząc na wielkość przychodów skonsolidowanych firmy respondenta w Polsce, największy udział stanowiły przedsiębiorstwa duże i bardzo duże – aż 36% respondentów osiąga roczne przychody powyżej 0,5 mld zł.

Większość przebadanych firm jest bezpośrednio powiązana z kapitałem francuskim. Aż 77% firm posiada 100% udział kapitału francuskiego. Co dziesiąta przebadana firma jest pośrednio powiązana z kapitałem francuskim, a 3% łączy z Francją jedynie powiązania historyczne.

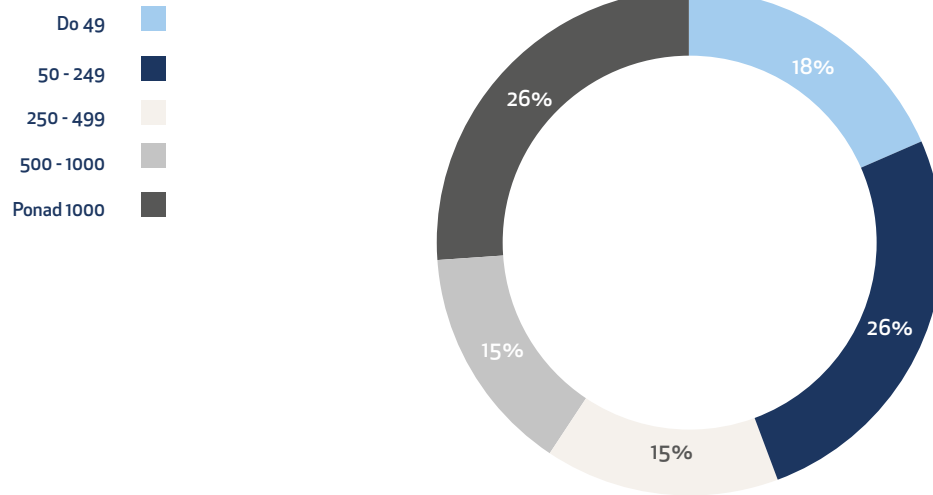
Większość respondentów badania stanowią średnie i duże przedsiębiorstwa – jedynie 18% firm zatrudnia w polskim oddziale firmy mniej niż 50 pracowników.

Stopień powiązania z francuskim kapitałem

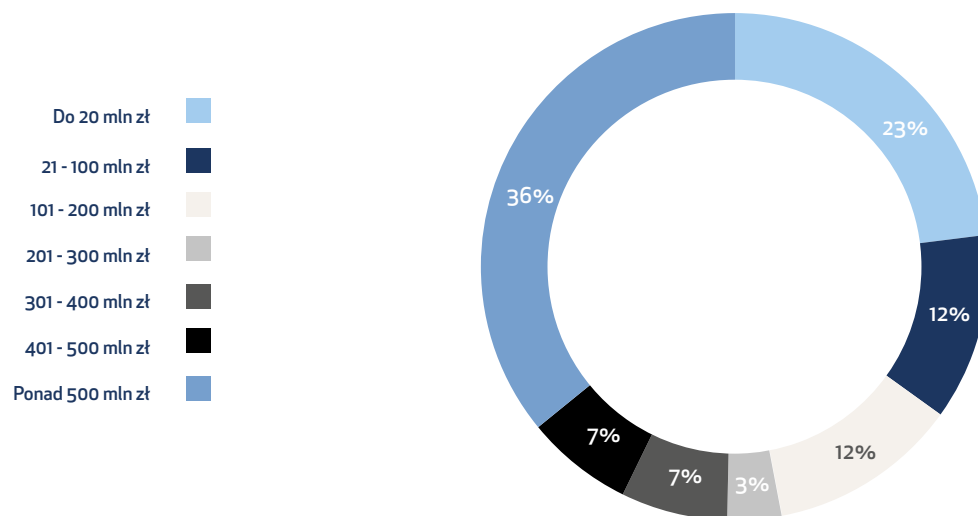


Źródło: KPMG w Polsce. Pominięto braki odpowiedzi.

Wielkość zatrudnienia



Wielkość przychodów skonsolidowanych



Atrakcyjność inwestycyjna Polski

Francuscy inwestorzy pozytywnie oceniają atrakcyjność inwestycyjną Polski. Co więcej, aż 97% badanych firm deklaruje, że poleciłoby Polskę jako docelowe miejsce inwestycji firmom zagranicznym, które nie są tu jeszcze obecne.

Badane firmy dobrze oceniają atrakcyjność inwestycyjną Polski – blisko dziewięć na dziesięć firm oceniło ją bardzo pozytywnie lub pozytywnie. Warto zwrócić uwagę na fakt, że żadna z firm nie ocenia atrakcyjności kraju negatywnie lub bardzo negatywnie.

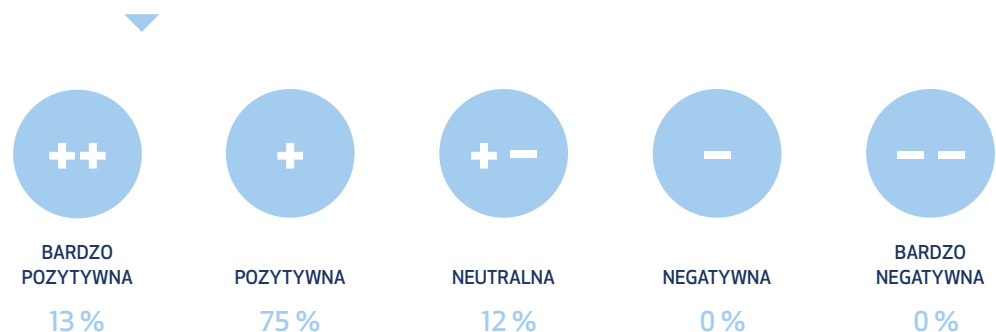
Ocena zmiany atrakcyjności w czasie spowolnienia gospodarczego jest trochę słabsza. Co prawda, w oczach większości inwestorów (61%) atrakcyjność Polski na tle innych rynków europejskich wzrosła, ale co piąty respondent jest zdania, że uległa pogorszeniu.

Jednym z najważniejszych czynników decydujących o atrakcyjności inwestycyjnej danego kraju jest łatwość prowadzenia działalności. Także w tym przypadku oceny respondentów są nieco słabsze – 13% oceniło łatwość prowadzenia działalności negatywnie lub bardzo negatywnie.

Cieszy natomiast fakt, że większość inwestorów francuskich jest zadowolona z dotychczasowych efektów inwestycji w Polsce. Aż 87% ocenia wyniki inwestycji bardzo pozytywnie lub pozytywnie, a jedynie 2% jest z nich niezadowolona.

Aby zidentyfikować, co sprawia, że atrakcyjność inwestycyjna Polski jest oceniana przez francuskich inwestorów tak wysoko, poprosiliśmy respondentów o ocenę poszczególnych czynników. Ocenie poddano 36 obszarów podzielonych na pięć bloków tematycznych (gospodarka, sektor publiczny, siła robocza, infrastruktura, otoczenie biznesowe).

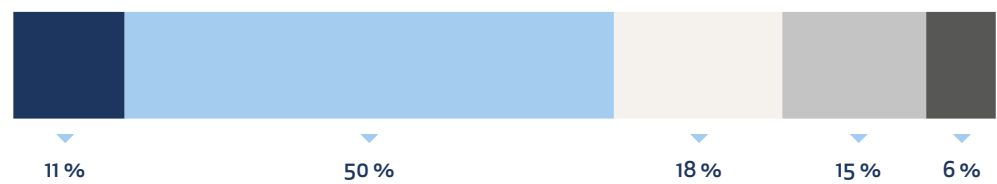
Ocena atrakcyjności inwestycyjnej Polski



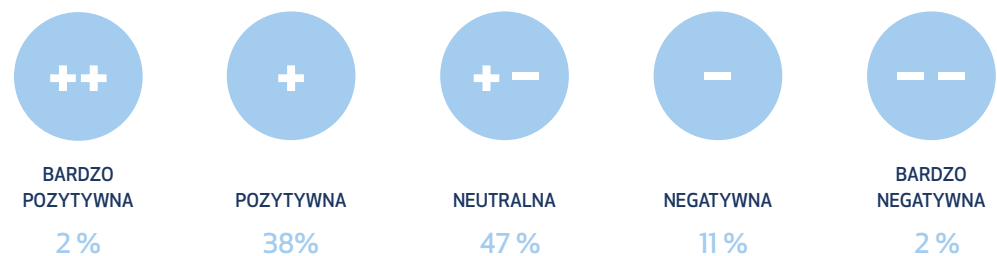
Źródło: KPMG w Polsce. Pominięto braki odpowiedzi.

Zmiana atrakcyjności inwestycyjnej Polski w okresie spowolnienia gospodarczego (od 2008 r. do dziś)

- Znacząco zwiększyła się
- Raczej zwiększyła się
- Nie zwiększyła się
- Raczej zmniejszyła się
- Znacząco zmniejszyła się

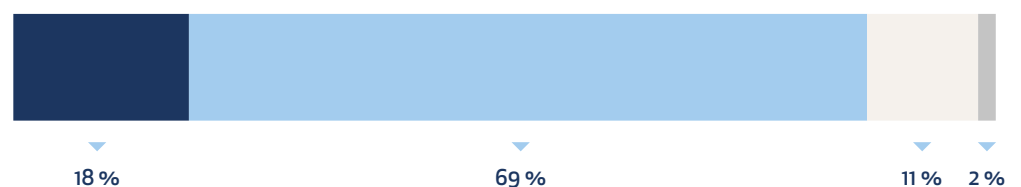


Ocena łatwości prowadzenia działalności w Polsce



Ocena dotychczasowych efektów inwestycji firmy w Polsce

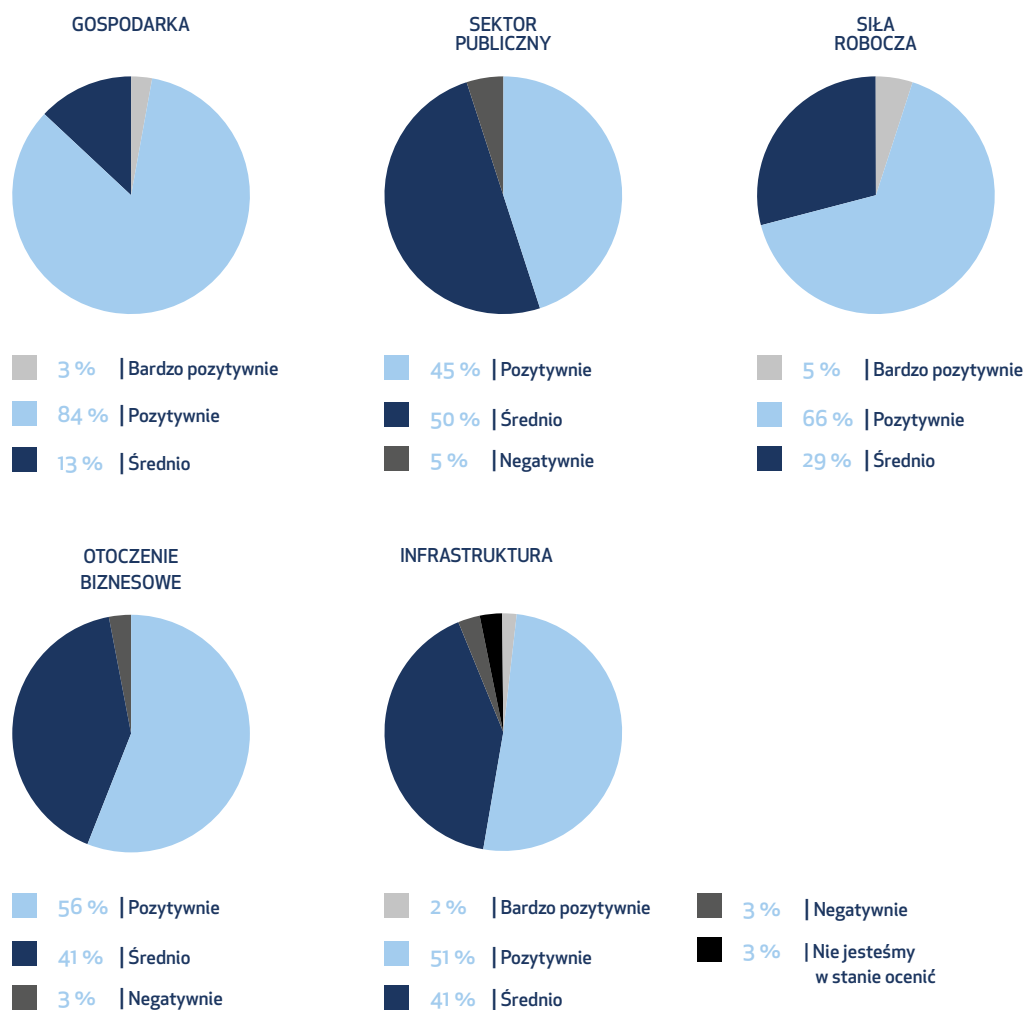
- Bardzo pozytywna
- Pozytywna
- Średnia
- Bardzo negatywna



Francuscy inwestorzy są bez wątpienia najbardziej zadowoleni ze stanu polskiej gospodarki – aż 87% ocenia jej atrakcyjność pozytywnie lub bardzo pozytywnie. Co więcej, żaden z respondentów nie określił ogólnej sytuacji gospodarczej jako negatywnej. Badanie pokazuje, że jest to przede wszystkim zasługa lokalizacji polskiego rynku, jak również jego wielkości i perspektyw rozwoju w przyszłości.

Z kolei najstłabiej oceniony został sektor publiczny – jedynie 45% firm jest z niego zadowolona. Największe przeszkody stanowią biurokracja oraz skomplikowany system podatkowy i prawny. Podobnie postrzegany jest stan polskiej infrastruktury. Za ledwie co drugi respondent ocenia go pozytywnie, głównie ze względu na niską jakość infrastruktury transportowej.

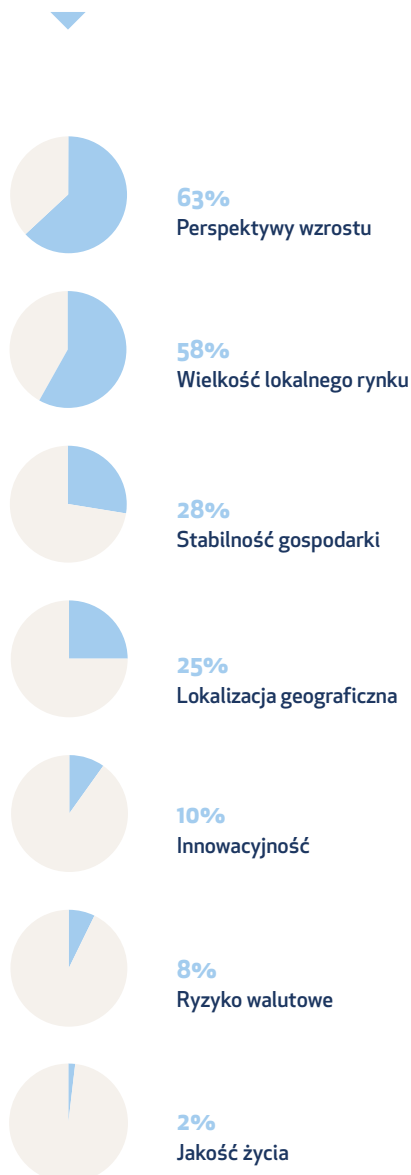
Ocena atrakcyjności inwestycyjnej Polski



Źródło: KPMG w Polsce.

GOSPODARKA

Czynniki brane pod uwagę przy decydowaniu o miejscu inwestycji



Respondent mógł wskazać kilka odpowiedzi.

Źródło: KPMG w Polsce.

Pierwszy analizowany obszar zawiera czynniki związane z atrakcyjnością gospodarczą kraju docelowego inwestycji. Przy podejmowaniu decyzji o wyborze miejsca nowej inwestycji najważniejszym czynnikiem okazały się perspektywy wzrostu – bierze je pod uwagę 63% respondentów. Kolejnym ważnym czynnikiem jest wielkość lokalnego rynku, na którą wskazała ponad połowa badanych (58%). Blisko co czwarta firma bierze pod uwagę także stabilność gospodarki docelowego kraju inwestycji (28%) oraz jego położenie geograficzne (25%).



Zagraniczne inwestycje przychodzą do miejsc, gdzie istnieją ciekawe szanse biznesowe. Polska jest dla AXA dużym rynkiem o wciąż wysokim potencjale wzrostu, choćby ze względu na lepszą niż w Europie Zachodniej sytuację gospodarczą i ciągle mniejszy niż na Zachodzie stopień rozwoju rynku ubezpieczeniowego. Z drugiej jednak strony Polska wyludnia się w zastraszającym tempie. Te zmiany demograficzne mogą stanowić poważne ryzyko dla naszej działalności. Oczekivalibyśmy od rządu, że zapewni nam takie otoczenie prawne, które umożliwi nam dotrzymanie obietnic, które dajemy naszym klientom. Budowanie zachęt podatkowych do gromadzenia długoterminowych oszczędności to jeden z naszych postulatów.

Maciej Szwarz,
Prezes, AXA Polska S.A.



Polska jest bardzo atrakcyjnym rynkiem wyróżniającym się dużą dynamiką gospodarczą oraz sprzyjającym środowiskiem dla firm i prowadzenia inwestycji.

W długiej perspektywie jednym z poważniejszych problemów Polski mogą być kwestie demograficzne. Polacy stają się społeczeństwem starzejącym się, spada wielkość współczynnika urodzeń. Sytuację dodatkowo pogarsza kwestia emigracji – od wielu lat saldo migracji w kraju jest ujemne. Wszystko to stanowi poważne zagrożenie dla przyszłości gospodarczej kraju, nawet jeśli w krótkiej perspektywie pozwala na wstrzymanie wzrostu bezrobocia.

Frédéric Amoudru,
Prezes Zarządu, BNP Paribas Polska

87%

firm pozytywnie ocenia atrakcyjność polskiej gospodarki

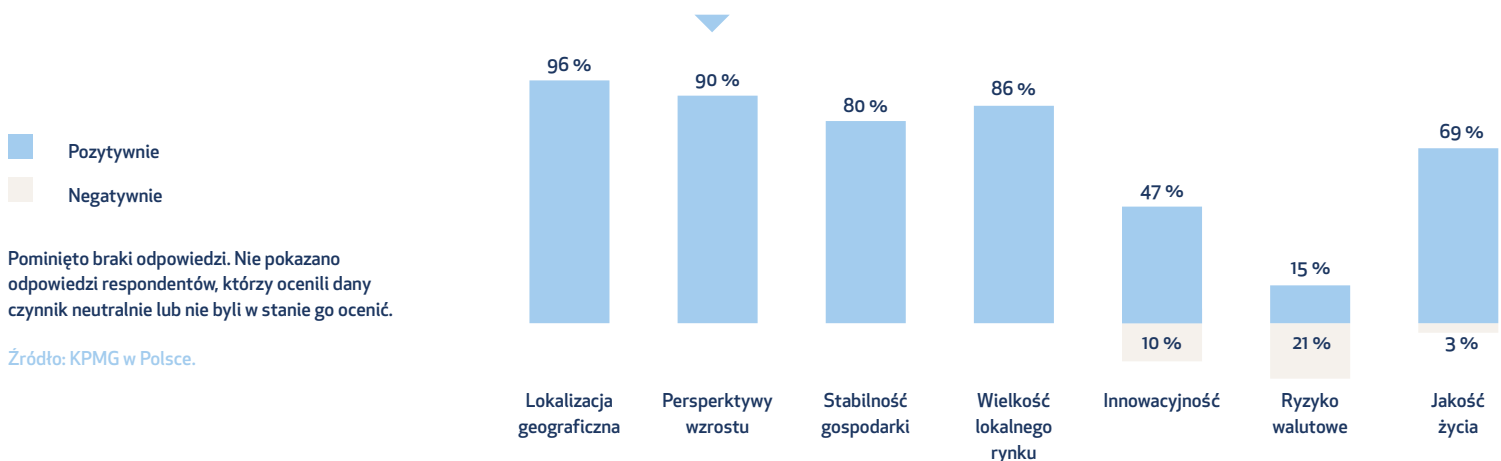
Ogólny stan polskiej gospodarki został najlepiej ocenionym aspektem atrakcyjności kraju. Aż 87% francuskich inwestorów pozytywnie ocenia sytuację gospodarczą w Polsce.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że francuscy inwestorzy najlepiej oceniają te aspekty polskiej gospodarki, które są dla nich najważniejsze przy wyborze miejsca nowej inwestycji.

Prawie wszystkie firmy (96%) pozytywnie oceniają lokalizację geograficzną Polski. Bardzo dobrze oceniana jest zarówno wielkość polskiego rynku (86%) jak i perspektywy jego wzrostu (90%). Osiem na dziesięć firm pozytywnie ocenia również stabilność polskiej gospodarki.

Większość czynników związanych z gospodarką nie zostało ocenionych negatywnie przez żadną z firm. Najgorzej ocenione zostało ryzyko walutowe – aż 21% respondentów ocenia je negatywnie.

Ocena atrakcyjności gospodarki w Polsce



Sephora podjęła decyzję o wyborze Polski z powodu wielkości rynku wewnętrznego, ale także jego dojrzałości, która w owym czasie porównywalna była np. z dojrzałością rosyjskiego rynku kosmetycznego. Nie bez znaczenia było również korzystne otoczenie, czy przejrzystość prawa i praktyk biznesowych. Przy wejściu na polski rynek nie napotkaliśmy znaczących barier instytucjonalnych. Co ciekawe, procesowi wchodzenia na tutejszy rynek towarzyszyło mniej ograniczeń niż ma to miejsce we Francji.

Gilles Dougoud,

Dyrektor Generalny, Sephora Polska (od 2013 do marca 2014)

Grupa Auchan zdecydowała się na rozpoczęcie działalności w Polsce przede wszystkim ze względu na wielkość rynku wewnętrznego. Nie bez znaczenia była także lokalizacja – otwarcie działalności w Polsce było punktem wyjścia dla aktywności grupy w krajach Europy Wschodniej.

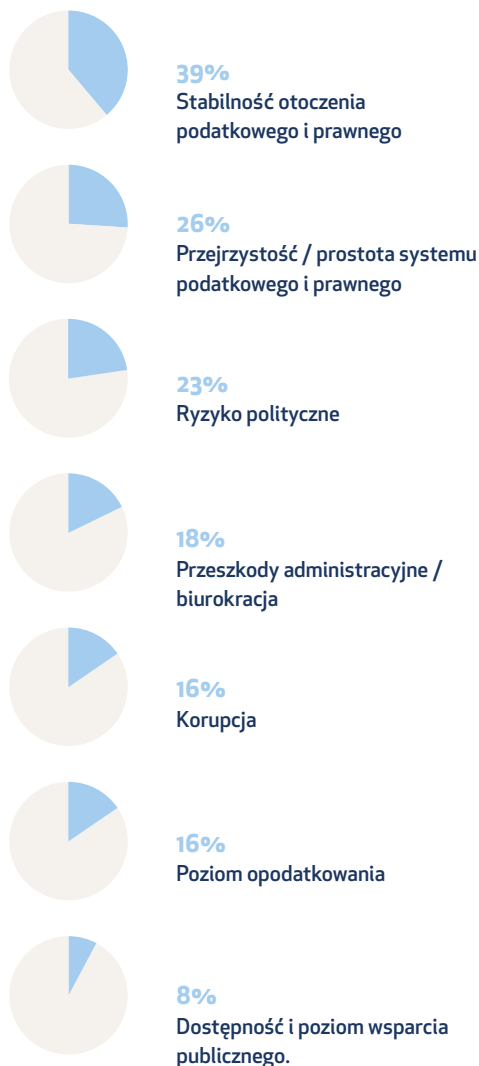
François Colombié,

Przewodniczący Rady Nadzorczej, Auchan Polska, Rosja i Ukraina



SEKTOR PUBLICZNY

Czynniki brane pod uwagę przy decydowaniu o miejscu inwestycji



Respondent mógł wskazać kilka odpowiedzi.

Źródło: KPMG w Polsce.

W grupie czynników związanych z sektorem publicznym najważniejszą rolę pełni otoczenie podatkowe i prawne. Inwestorzy francuscy biorą pod uwagę zarówno stabilność systemu podatkowego i prawnego (39%), jak i jego przejrzystość i stopień skomplikowania (26%).

Przy wyborze miejsca inwestycji ważna jest także stabilność polityczna – blisko co czwarty inwestor wskazał na ryzyko polityczne. Trochę mniejszą rolę odgrywają natomiast przeszkody administracyjne i biurokracja (18%) oraz korupcja i poziom opodatkowania (po 16%).



Rząd polski nie rozwinął specjalnych zachęt dla inwestorów w sektorze bankowym. Znaczny wzrost gospodarczy Polski w ostatnich 20 latach pozwolił na szybki rozwój branży, z którego w dużej mierze skorzystały zagraniczne grupy bankowe inwestujące ogromny kapitał i które obecnie posiadają co najmniej 2/3 aktywów. Jednak podobnie jak w większości krajów, po kryzysie zapoczątkowanym w 2007 roku, poziom regulacji znacznie się w Polsce zwiększył. W wyniku pojawienia się nowych graczy na rynku oraz wzmocnienia już istniejących banków poprzez przejęcia, sektor bankowy przechodzi w chwili obecnej proces konsolidacji.

Polska jest przez nas postrzegana, jako kraj o stabilnej sytuacji politycznej, który dzięki integracji z Unią Europejską oraz dopasowanej polityce gospodarczej mógł obserwować stały i znaczny wzrost PKB oraz poziomu życia. Niektóre kwestie wymagają jednak poprawy, jak choćby problem uchylania się od płacenia podatków, niskich wydatków na innowacje, czy pewnego niedopasowania systemu nauki i szkolnictwa do potrzeb biznesu.

Frédéric Amoudru,
Prezes Zarządu, BNP Paribas Polska



Polska jest najlepszym dla rozwijania biznesu krajem w Europie, a główną siłą Polaków jest umiejętność przystosowania. Aby utrzymać poziom atrakcyjności Polski należy jednak wprowadzić kilka zmian, np. uprościć zasady księgowo i podatkowe, zapewnić stabilny i konkurencyjny poziom opodatkowania (ZUS, PIT, CIT, VAT) oraz ograniczyć interwencję państwa w działalność biznesową.

Grégoire Nitot,
Prezes, Sii



45%

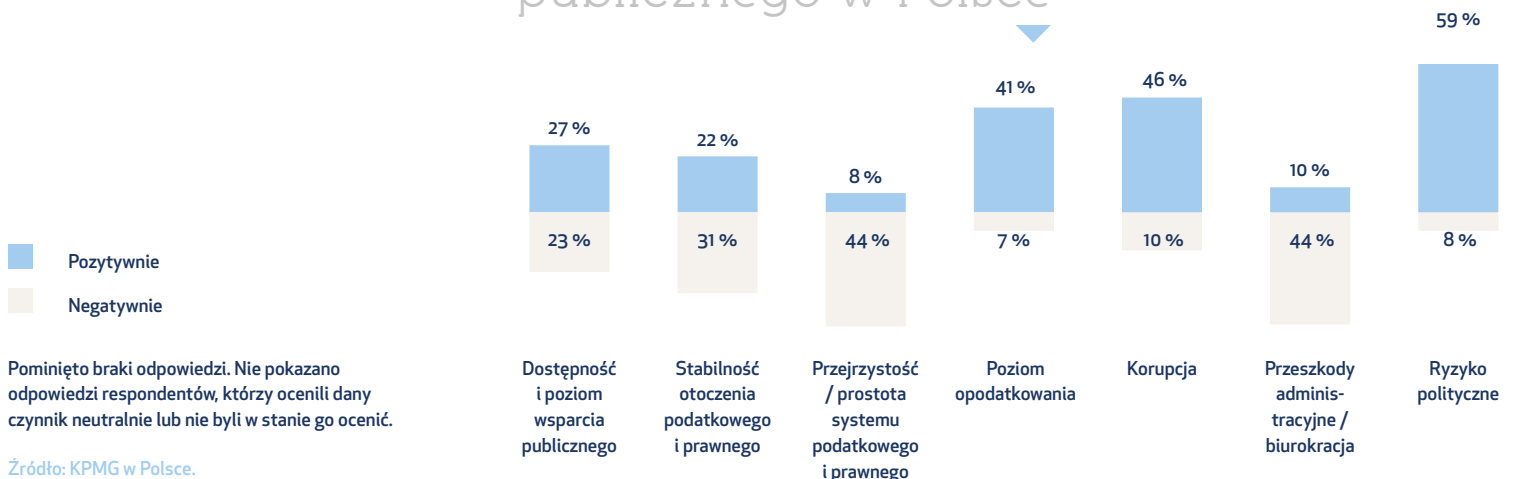
firm pozytywnie ocenia atrakcyjność sektora publicznego w Polsce

Sektor publiczny w Polsce jest oceniany o wiele słabiej niż ogólny stan polskiej gospodarki. Jedynie 45% inwestorów określiło sytuację w sektorze publicznym jako pozytywną. Był to najslabiej oceniony obszar atrakcyjności inwestycyjnej Polski.

Francuscy inwestorzy bardzo dobrze oceniają stabilność polityczną w Polsce – 59% respondentów twierdzi, że poziom ryzyka politycznego jest atrakcyjny. Stosunkowo wiele firm uważa, że w kraju panuje niski poziom korupcji (46%) oraz atrakcyjny poziom opodatkowania (41%).

Niepokoi fakt, że znaczna część czynników została oceniona negatywnie przez wielu respondentów. Dla blisko co drugiego przedsiębiorstwa zbyt wysoki jest poziom biurokracji (44%). Mimo że poziom opodatkowania w Polsce jest zdaniem francuskich inwestorów atrakcyjny, problem stanowi brak przejrzystości (44%) oraz stabilności (31%) systemu podatkowego i prawnego.

Ocena atrakcyjności sektora publicznego w Polsce



Pomimo pewnych utrudnień z punktu widzenia przepisów Polska jest krajem przyjaznym dla inwestorów. Procedury rozpoczęcia działalności, budowlane, czy inwestycyjne trwają dziś znacznie krócej niż kiedyś. W kwestii prawa problemem jest za to niejednorodna interpretacja przepisów przez urzędników – w różnych regionach Polski prawo/regulacje dotyczące działalności firmy są inaczej rozumiane.

Piotr Sukiennik,
Dyrektor Generalny, FM Polska Sp. z o.o.



Podczas swojej działalności w Polsce, nie korzystaliśmy ze szczególnego wsparcia publicznego, ale nie napotkaliśmy także na większe przeszkody. Pewnym problemem jest proces pozyskiwania pozwolenia na budowę, czego doświadczyliśmy podczas przeprowadzania projektów powiększania naszych zakładów produkcyjnych i magazynów. Zdobycie takiego pozwolenia jest skomplikowane i mało elastyczne, dlatego powinno się wprowadzić daleko idące usprawnienia.

Witold Sielicki,
Dyrektor, Essilor Optical Laboratory Polska



RYNEK PRACY

Czynniki brane pod uwagę przy decydowaniu o miejscu inwestycji



Jednym z czynników mających wpływ na powodzenie inwestycji jest kadra firmy. Dla co trzeciego respondenta największe znaczenie mają pracownicy umysłowi z doświadczeniem. Co czwarty inwestor przy wyborze miejsca inwestycji bierze pod uwagę także dostępność i jakość kadry menedżerskiej. Znacznie mniejsze znaczenie posiada natomiast kadra pracowników fizycznych oraz absolwentów.

Przedsiębiorcy przywiązują co prawda dużą wagę do kosztów pracy (27%), ale już koszty ubezpieczeń społecznych i podatkowe wymieniane są znacznie rzadziej (11%).



Grupa Pernod Ricard jest strukturą bardzo zdecentralizowaną, dzięki czemu kierownictwo w Polsce dysponuje dużą autonomią. Polska w znacznym stopniu przyczyniła się do rozwoju grupy Pernod Ricard poprzez międzynarodowy rozwój marki Wyborowa. Liczba Polaków wyjeżdżających pracować w innych oddziałach grupy jest wyższa niż liczba cudzoziemców przyjeżdżających pracować do Polski. Jest to przede wszystkim związane z faktem, iż Polacy są doskonale wyszkoleni i mają dużą wiedzę w zakresie wyrobów spirytusowych. Ponadto są doskonałymi pracownikami godnymi zaufania, dzięki czemu mają bardzo dobrą reputację w grupie.

Guillaume Girard-Reydet,
Prezes Wyborowa S.A., Pernod Ricard



Pracownicy w Polsce posiadają wysoki poziom wykształcenia ogólnego, ale ze względu na brak tradycji kosmetycznych, które nie rozwinęły się w czasach komunizmu, znajomość kultury kosmetycznej jest raczej niska. Sephora chciałaby zaangażować się w opracowywanie specjalnych programów szkoleniowych w tym zakresie.

Generalnie w Polsce panuje bardziej kultura przedsiębiorczości niż handlu, ponieważ ludzie nawykli do radzenia sobie samodzielnie. Stosunkowo wielu pracowników występuje z różnymi inicjatywami, ale istnieje bardzo sztywne poszanowanie hierarchii. Należy szczególnie docenić elastyczność zatrudnienia oraz jakość polskich pracowników.

Gilles Dougoud,
Dyrektor Generalny, Sephora Polska (od 2013 do marca 2014)

Respondent mógł wskazać kilka odpowiedzi.

Źródło: KPMG w Polsce.

71%

firm pozytywnie ocenia atrakcyjność siły roboczej w Polsce

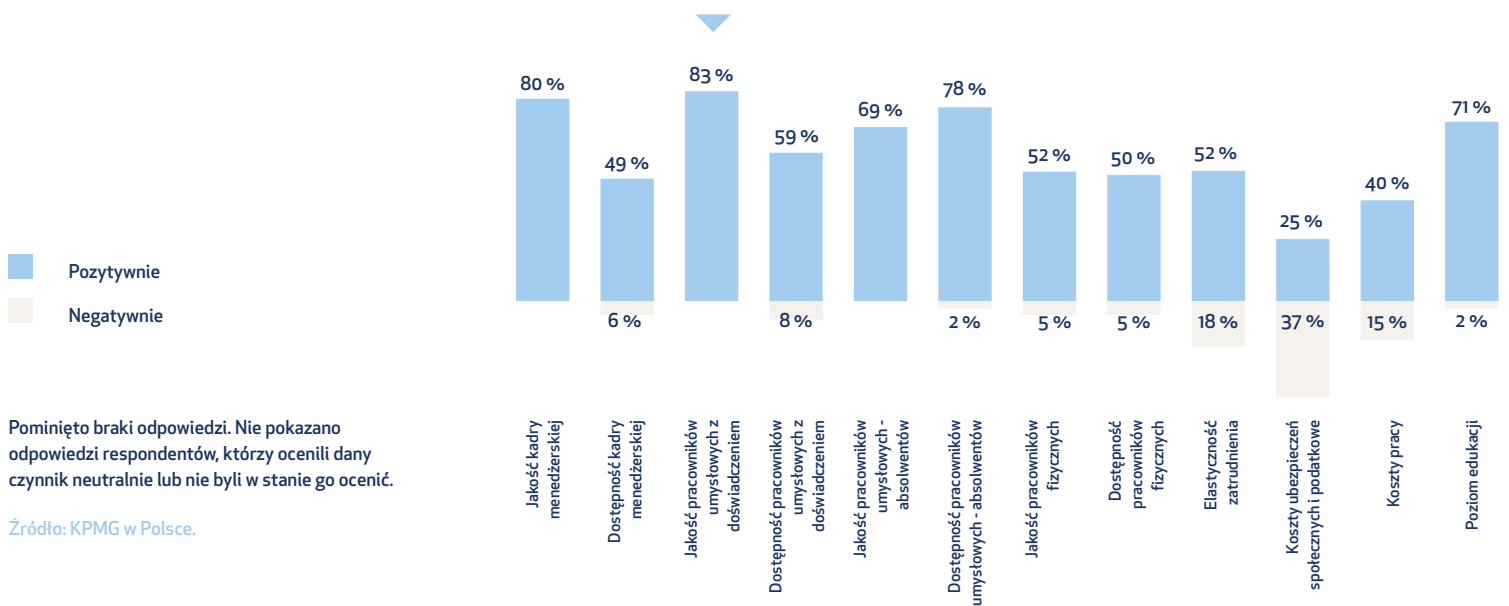
Ogólna atrakcyjność siły roboczej w Polsce jest oceniana bardzo dobrze – aż siedmiu na dziesięciu respondentów określiło ją jako pozytywną.

Jakość kadry menedżerskiej (80%) i pracowników umysłowych z doświadczeniem (83%) jest zdecydowanie częściej uznawana za atrakcyjną niż ich dostępność (odpowiednio 49% i 59%). Inaczej jest w przypadku absolwentów i pracowników fizycznych – jakość ich pracy oraz dostępność na rynku pracy oceniana jest podobnie.

Firmy francuskie są szczególnie zadowolone z poziomu edukacji pracowników w Polsce – na jej atrakcyjność wskazało 71% respondentów.

Z drugiej strony największe niezadowolenie wzbudzają koszty ubezpieczeń społecznych i podatkowe – aż 37% respondentów ocenia je negatywnie. Badanie jakościowe pokazuje jednak, że ogólne koszty pracy w Polsce są znacznie niższe niż np. we Francji (w szczególności pracowników fizycznych). Inwestorzy przewidują, że będzie to przewagą Polski także w najbliższej przyszłości.

Ocena atrakcyjności siły roboczej w Polsce



Pominięto braki odpowiedzi. Nie pokazano odpowiedzi respondentów, którzy ocenili dany czynnik neutralnie lub nie byli w stanie go ocenić.

Źródło: KPMG w Polsce.

Polki i Polacy są zaangażowanymi i skutecznymi pracownikami, którzy wykazują się dużą chęcią do nauki i starają się cały czas poprawić swoją wydajność. Polscy pracownicy są optymistami wyróżniającymi się pozytywnym nastawieniem, a także odwagą, z jaką podchodzą do wyzwań, które przed nimi stoją. Polska powinna zachować tę specyfikę, która odróżnia ją od pozostałych krajów europejskich.

Laurent Picheral,

Prezes Zarządu Orbis SA (od 01.07.2010 do 30.06.2014)



Dla zagranicznych inwestorów największym atutem Polski jest bardzo atrakcyjny stosunek kosztów zatrudnienia do jakości wykonywanej pracy. Polscy pracownicy są dobrze wyszkoleni i posiadają odpowiednie kwalifikacje, a koszty ich zatrudnienia są kilkukrotnie niższe niż we Francji.

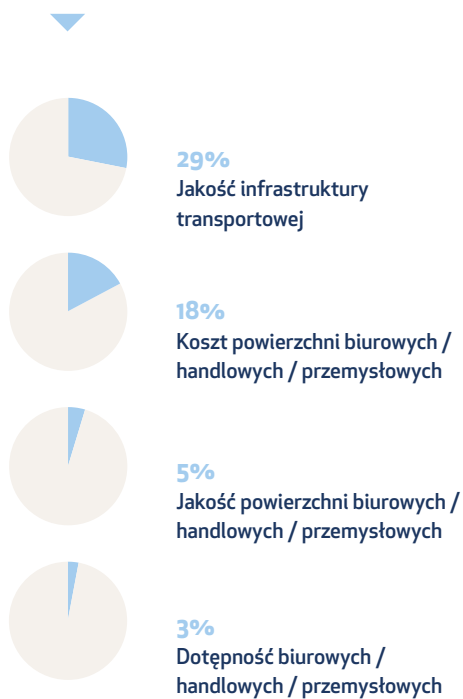
François-Xavier Moser,

Prezes, Saint-Gobain



INFRASTRUKTURA

Czynniki brane pod uwagę przy decydowaniu o miejscu inwestycji



Respondent mógł wskazać kilka odpowiedzi.

Źródło: KPMG w Polsce.

Koszty planowanej inwestycji zależą w dużym stopniu od dostępnej w kraju infrastruktury. Inwestorzy zwracają uwagę przede wszystkim na jakość infrastruktury transportowej (29%). Znacznie mniejszą rolę odgrywają istniejące powierzchnie biurowe, handlowe oraz przemysłowe.



Pomimo poprawiającego się stanu infrastruktury w Polsce, w dalszym ciągu jest on gorszy niż na zachodzie Europy. Ma to bezpośredni wpływ na działalność firmy. W porównaniu do Francji czy Niemiec, samochody ciężarowe poruszają się na terenie Polski znacznie wolniej – w ciągu godziny pokonują średnio nawet 20-30 km mniej.

Piotr Sukiennik,

Dyrektor Generalny, FM Polska Sp. z o.o.



Jeżeli chodzi o szeroko rozumianą infrastrukturę, Polska jest w coraz większym stopniu porównywalna z krajami Europy Zachodniej (w zakresie dostępu do towarów i usług, czy ogólnych struktur administracji). W Polsce nadal występuje znacząca biurokracja, ale zmienia się to pod wpływem Unii Europejskiej. Michelin wraz ze swymi konkurentami utworzył niedawno polską organizację producentów opon – pokazuje to, że Polska zaczyna tworzyć struktury porównywalne z innymi państwami europejskimi.

John Young,

Prezes, Michelin

53%

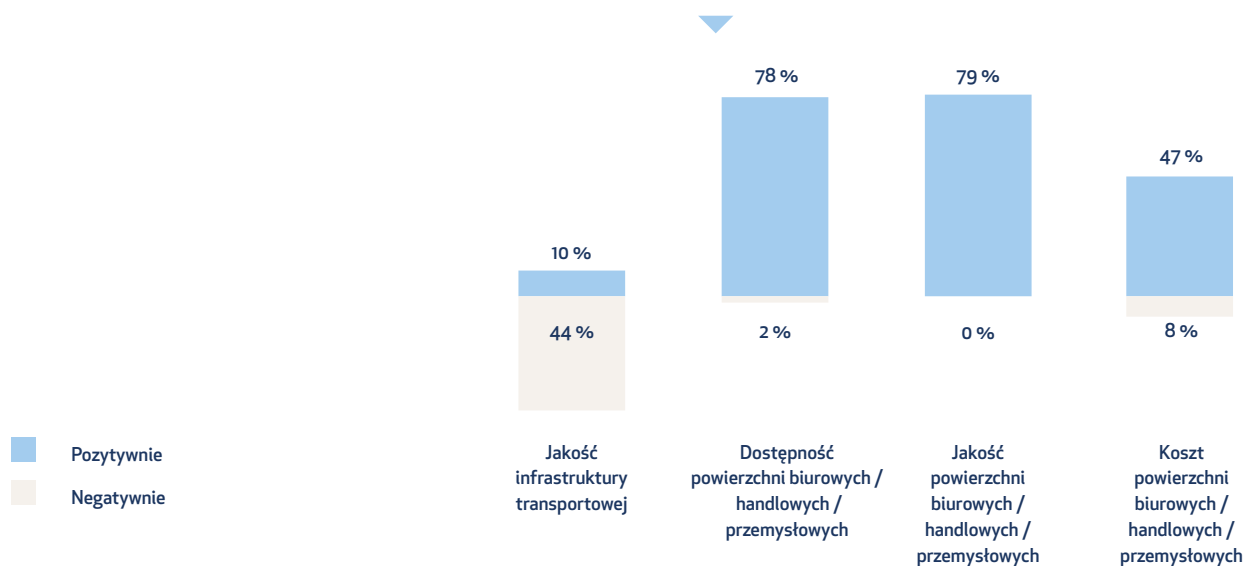
firm pozytywnie ocenia atrakcyjność infrastruktury w Polsce

Co druga firma pozytywnie ocenia ogólną atrakcyjność infrastruktury w Polsce.

Niepokojący jest jednak fakt, że najważniejszy z czynników, jakim jest jakość infrastruktury transportowej, jest oceniany negatywnie przez 44% respondentów. Jest to jednocześnie najgorzej oceniony, spośród wszystkich analizowanych w badaniu, aspekt polskiej atrakcyjności. Jakościowa część badania potwierdza, że pomimo poprawiającego się stanu infrastruktury w Polsce, nadal odbiega on od oczekiwań inwestorów.

Natomiast za najbardziej atrakcyjne zostały uznane te czynniki, które mają małe znaczenie przy wyborze miejsca inwestycji.

Ocena atrakcyjności infrastruktury w Polsce

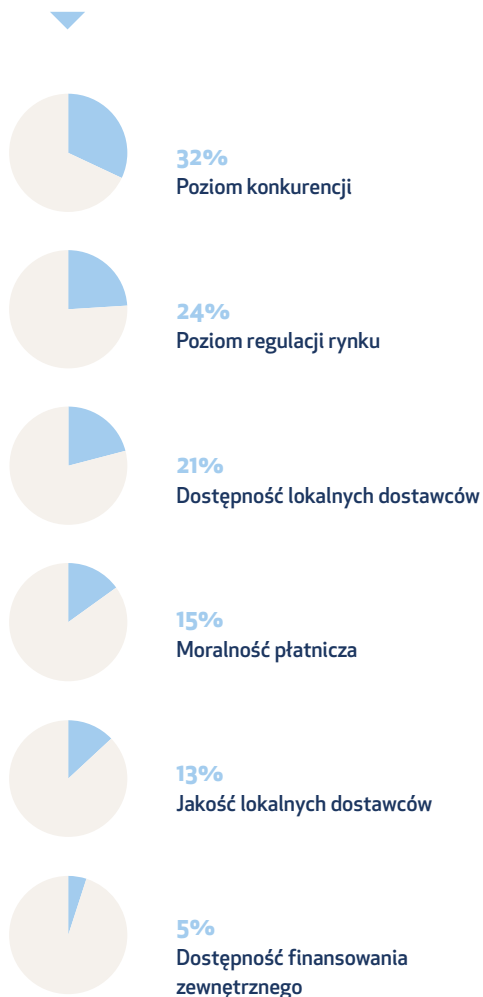


Pominięto braki odpowiedzi. Nie pokazano odpowiedzi respondentów, którzy ocenili dany czynnik neutralnie lub nie byli w stanie go ocenić.

Źródło: KPMG w Polsce.

OTOCZENIE BIZNESOWE

Czynniki brane pod uwagę przy decydowaniu o miejscu inwestycji



Respondent mógł wskazać kilka odpowiedzi.

Źródło: KPMG w Polsce.

Ostatnia oceniana grupa czynników dotyczyła otoczenia biznesowego.

Za najważniejszy czynnik w ramach tego bloku uznano poziom konkurencji – wskazała go blisko jedna trzecia respondentów. Trochę mniej inwestorów (24%) bierze pod uwagę także poziom regulacji rynku, na który planują wejść. Jeden na pięciu inwestorów analizuje również dostępność lokalnych dostawców.



Prowadzenie biznesu z firmami międzynarodowymi jest łatwiejsze niż z firmami polskimi. Polskie firmy mają często skomplikowane procedury, decyzje podejmowane są bardzo wolno i brak jest elastyczności. Co więcej, starają się mnożyć klauzule dotyczące kar umownych. W większości przypadków przy wyborze kontrahenta czy dostawcy dominującym kryterium jest cena. Dlatego też prowadzenie biznesu z tymi firmami jest trudne.

Jeżeli interesujemy się przetargami publicznymi, jest jeszcze gorzej: prowadzone są liczne spory prawne z usługodawcami spółek publicznych i reputacja jest bardzo zła.

Grégoire Nitot,
Prezes, Sii



Dzięki wejściu do Unii Europejskiej rynek polski rozwija się. Nawet w ostatnim czasie, pomimo wystąpienia spowolnienia gospodarczego spółka regularnie odnotowuje znaczące wzrosty. Przez ostatnie lata rynek logistyki w Polsce stał się jednak bardzo konkurencyjny. Działalność na nim rozpoczęli wszyscy główni gracze międzynarodowego rynku logistyki, co znacznie zaostrzyło konkurencję.

Piotr Sukiennik,
Dyrektor Generalny, FM Polska Sp. z o.o.

56%

firm pozytywnie ocenia atrakcyjność otoczenia biznesowego w Polsce

Ogólna atrakcyjność otoczenia biznesowego w Polsce została oceniona umiarkowanie pozytywnie – mniej niż 60% inwestorów uznaje je za atrakcyjne.

Najważniejsze dla inwestorów czynniki (poziom konkurencji i poziom regulacji rynku) zostały ocenione negatywnie przez dość znaczny odsetek firm. Aż 16% respondentów ocenia negatywnie także

moraleńść płatniczą, czyli terminowe rozliczanie płatności z kontrahentami.

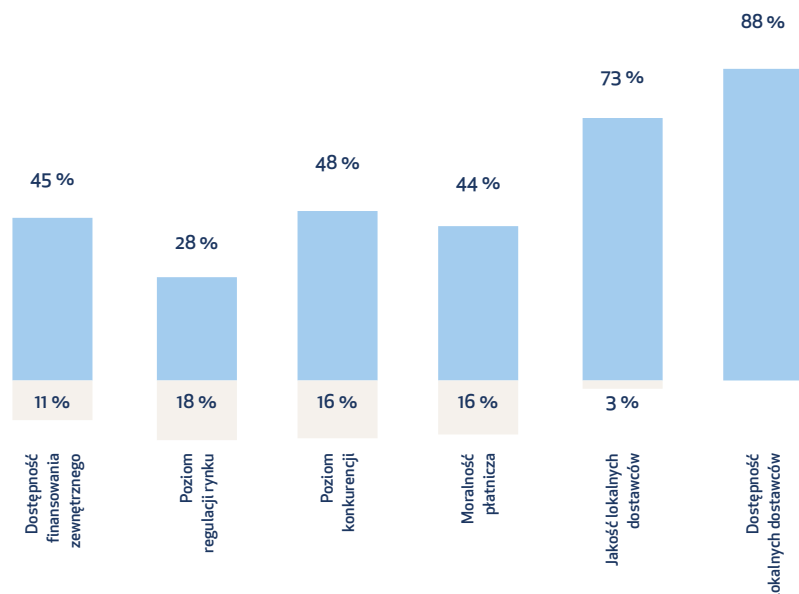
Najlepiej oceniono natomiast atrakcyjność aspektów o drugorzędym znaczeniu dla inwestorów, tj. dostępność i jakość lokalnych dostawców (odpowiednio po 88% i 73% pozytywnych ocen).

Ocena atrakcyjności otoczenia biznesowego w Polsce

■ Pozytywnie
■ Negatywnie

Pominięto braki odpowiedzi. Nie pokazano odpowiedzi respondentów, którzy ocenili dany czynnik neutralnie lub nie byli w stanie go ocenić.

Źródło: KPMG w Polsce.



Zachętą dla zagranicznych inwestorów jest możliwość prowadzenia działalności w specjalnych strefach ekonomicznych (SSE). Saint-Gobain funkcjonuje szczególnie w SSE na Śląsku, co oceniamy pozytywnie. Stosunki z władzami SSE są dynamiczne i elastyczne, a współpraca układa się bardzo dobrze. Możliwość korzystania z ulg podatkowych stanowi znaczącą korzyść.

François-Xavier Moser,
Prezes, Saint-Gobain



Plany na przyszłość

Plany badanych inwestorów francuskich na 2014 rok są optymistyczne – większość z nich (64%) zamierza zwiększyć skalę dotychczasowych inwestycji. Co trzecia firma utrzyma obecny rozmiar swoich inwestycji, 3% rozważa ich zmniejszenie, ale nikt nie zadeklarował wycofania się z Polski.

Co czwarta badana firma deklaruje, że planuje w 2014 roku otwarcie nowego biura lub oddziału w Polsce. Aż 12% twierdzi, że otworzy nowy zakład produkcyjny. Wielu respondentów wskazało także na inne planowane inwestycje, najczęściej rozbudowę istniejących już magazynów, fabryk czy punktów sprzedaży, wejście na nowe rynki oraz inwestycje w e-commerce.

Znacząca większość (79%) respondentów twierdzi, że ich skonsolidowane przychody w 2014 roku wzrosną. Mimo że jedynie 9% przewiduje ich spadek, łączna wartość przychodów respondentów badania, ważona prognozowaną przez nich wartością zmiany, odnotuje wzrost jedynie o 4%.

Podobnie jest w przypadku szacowanej zmiany zatrudnienia. Ponad połowa (54%) planuje zwiększyć zatrudnienie w 2014 roku, a 38% zakłada, że utrzyma liczbę pracowników na tym samym poziomie. Jednak łączna liczba miejsc pracy oferowanych przez respondentów, ważona prognozowaną zmianą, zwiększy się jedynie o 2%.

Plany francuskich inwestorów na 2014 rok

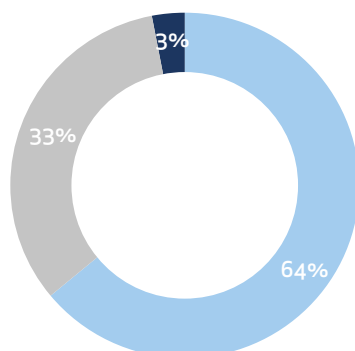
- 26 % Nowe biuro / oddział
- 12 % Nowy zakład produkcyjny
- 10 % Nowe centrum usług wspólnych
- 2 % Nowe centrum B+R
- 25 % Inne



Wyzwaniem dla Grupy EDF w Polsce jest zwiększenie wydajności posiadanych aktywów oraz ich dostosowanie do europejskich norm środowiskowych. EDF inwestuje więc w budowę instalacji oczyszczania spalin w swoich zakładach oraz przedłużenie okresu ich eksploatacji. Grupa EDF planuje przeprowadzenie gruntownych remontów, których celem będzie zwiększenie efektywności oraz zapewnienie funkcjonowania elektrowni i elektrociepłowni przynajmniej do 2030 roku. W ciągu najbliższych lat EDF zrealizuje znacznie większe inwestycje niż w latach ubiegłych. Dzięki realizacji tych projektów zmniejszy się zużycie paliw i ograniczy szkodliwe emisje do atmosfery. Działania prowadzone przez EDF wpłyną na poprawę jakości powietrza i zwiększenie długoterminowego bezpieczeństwa dostaw energii w kilku największych miastach w Polsce.

Philippe Castanet,

Prezes Zarządu, EDF Polska (od października 2008 do kwietnia 2014)



- Zwiększenie skali inwestycji w Polsce
- Utrzymanie obecnej skali inwestycji w Polsce
- Zmniejszenie skali inwestycji w Polsce

Pominięto braki odpowiedzi.

Źródło: KPMG w Polsce.

Społeczny wymiar inwestycji francuskich

74%

francuskich inwestorów prowadzi w Polsce działania CSR...

36%

... wprowadziło w polskim oddziale firmy wolontariat pracowniczy

Rola CSR w strategii i wartościach firmy w Polsce

- 33 % Bardzo ważna
- 57 % Ważna
- 8 % Raczej mało ważna
- 2 % Mało ważna

Pominięto braki odpowiedzi.
Źródło: KPMG w Polsce.

Firmy francuskie, które zainwestowały w Polsce przykładają dużą wagę do społecznego wymiaru swojej działalności. Trzy czwarte z nich prowadzi w Polsce programy lub projekty CSR. Cieszy także fakt, że kolejne 21% przedsiębiorstw deklaruje, że rozważa rozpoczęcie działalności CSR.



W ramach programu zrównoważonego rozwoju do roku 2020 („Sustainability Ambitions 2020”) firma Lafarge zobowiązała się poświęcić 1 mln godzin rocznie na lokalny wolontariat pracowniczy na całym świecie. Wolontariat Lafarge koncentruje się na dwóch kluczowych obszarach:

- poprawie środowiska urbanistycznego (bioróżnorodność, ochrona wody, sprzątnięcie środowiska, dbanie o miejsca pracy), i zapewnienie lepszych warunków do mieszkania,
- rozwoju lokalnych społeczności (ćwiczenia umiejętności, mieszkania po przystępnej cenie, kampanie zdrowotne, tworzenie miejsc pracy).

Program Wolontariatu został opracowany przez polski zespół Lafarge w zeszłym roku. Już dzisiaj możemy się pochwalić wieloma projektami, w których wzięli udział nasi pracownicy. Obsadziliśmy drzewami naszą kopalnię w Radkowicach w województwie Świętokrzyskim, posprzątaaliśmy teren wokół Jeziora Czerniakowskiego w Warszawie, wyremontowaliśmy stację ekologiczną w Jeziorach obok naszej cementowni Kujawy. Z inicjatywy pracowników powstał „Katalog działań dobrowolnych”, w którym można znaleźć takie projekty jak: dokarmianie ptaków zimą, rekultywacja kamieniołomów, sprzątnięcie nabrzeży rzek i lasów, sadzenie drzew, kampanie edukacyjne dotyczące np. segregacji odpadów, dzielenie się doświadczeniami z zakresu HR i inne. Program stawia sobie za cel wsparcie dla lokalnych społeczności oraz zwiększenie zaangażowania pracowników, którzy na wiele sposobów wspierają społeczność, w których żyją.

Bruno Roux,
CEO, Lafarge

CSR (ang. Corporate Social Responsibility), czyli szeroko pojęta odpowiedzialność firm za wpływ ich działalności na społeczeństwo, ma duże znaczenie dla francuskich inwestorów. W przypadku aż dziewięciu na dziesięć przedsiębiorstw CSR pełni bardzo ważną lub ważną rolę w strategii oraz wartościach firmy.

Większość (65%) firm prowadzących w Polsce CSR robi to zarówno z inicjatywy globalnego właściciela, jak i inicjatywy lokalnych.

Jednym z przejawów społecznego zaangażowania przedsiębiorstw jest prowadzenie wolontariatu pracowniczego. Polega on na organizowaniu przez pracodawcę inicjatyw charytatywnych, w których dobrowolnie biorą udział pracownicy firmy. Taką formę CSR prowadzi w Polsce 36% respondentów, a kolejne 23% deklaruje, że rozważa jej rozpoczęcie.



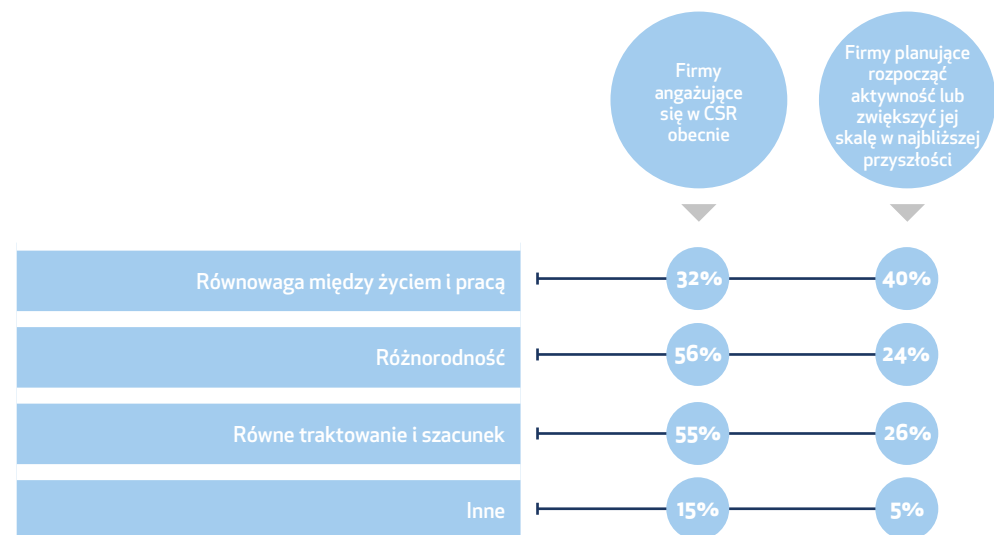
MIEJSCE PRACY

Pierwszym rozpatrywanym w badaniu obszarem aktywności jest CSR w miejscu pracy. Obecnie największy odsetek firm francuskich wspiera różnorodność (56%).

Drugim najważniejszym aspektem jest równe traktowanie i szacunek – wskazało na nie 55% respondentów. Aby zweryfikować kwestię równości wśród pracowników zapytaliśmy, jaki procent pracowników firm respondentów stanowią kobiety. Na najwyższym szczeblu (zarząd i rada nadzorcza) zatrudnionych jest średnio 21% kobiet, wśród kadry kierowniczej 35%, a wśród specjalistów i pracowników fizycznych około 41%.

Aż co trzecia przebadana firma deklaruje, że wspiera swoich pracowników w zachowywaniu równowagi między życiem osobistym a pracą. Jest to także najczęściej deklarowany kierunek działań dotyczących miejsca pracy w najbliższej przyszłości (40% respondentów planuje rozpocząć aktywność CSR lub zwiększyć jej skalę w tej kwestii).

Obszary aktywności CSR



Źródło: KPMG w Polsce.



Cechą charakterystyczną firm francuskich jest szczególna dbałość o bezpieczeństwo pracy. W 2011 roku Essilor został uhonorowany przez Ministerstwo Pracy nagrodą w konkursie „Pracodawca – organizator pracy bezpiecznej”.

Firma Essilor prowadzi także szereg innych aktywności CSR w miejscu pracy – przykładowo wprowadziliśmy akcjonariat pracowniczy, oferujemy pracownikom raz w roku parę okularów oraz program badania wzroku.

Witold Sielicki,
Dyrektor, Essilor Optical Laboratory Polska



Grupa Auchan opracowała plan akcjonariatu pracowniczego, otwartego dla wszystkich pracowników Grupy we Francji i za granicą. Polega on na umożliwieniu każdemu pracownikowi budowy własnych aktywów, łącząc ze sobą oszczędzanie i rozwój przedsiębiorstwa. Na dłuższą metę nasi pracownicy mogą w ten sposób finansować swoje osobiste projekty np. nabycie nieruchomości, zabezpieczenie edukacji dzieci, przygotowanie się do emerytury.

Bycie jednocześnie pracownikiem i akcjonariuszem, to bardziej odpowiedzialne podejście do wykonywania swej pracy. Ponieważ każdemu zależy na wynikach firmy, akcjonariat pracowniczy buduje między wszystkimi pracownikami relację zaufania i współodpowiedzialności. Umacnia się również dumą z bycia częścią firmy.



François Colombié,
Przewodniczący Rady Nadzorczej, Auchan Polska, Rosja i Ukraina

Przykłady innych dotychczas prowadzonych przez firmy francuskie inicjatyw CSR

LEROY MERLIN	<ul style="list-style-type: none"> Firma oferuje pracownikom trzy różne programy rozwojowe: Akademię Orłąt, Program Menedżerski i Drabinę Rozwoju. Pracownicy firmy chętnie podejmują się działalności pro społecznej wspieranej przez Fundację Leroy Merlin.
CARREFOUR	<ul style="list-style-type: none"> W firmie promowana jest różnorodność – Carrefour Polska zatrudnia osoby niepełnosprawne, a kobiety zajmują 65% stanowisk menedżerskich.
GEFCO	<ul style="list-style-type: none"> Każda z filii Grupy przygotowuje co roku indywidualny plan szkoleń dla swoich pracowników. Grupa GEFCO uruchomiła dla pracowników wewnętrzny uniwersytet (GEFCO Campus), którego celem jest szkolenie i wymiana doświadczeń menedżerów.
ALSTOM	<ul style="list-style-type: none"> Firma realizuje program „Przyjazne miejsce pracy”, polegający na wdrażaniu inicjatyw z zakresu organizacji, warunków pracy, różnorodności oraz rozwoju pracowników.

Pokazano jedynie wybrane działalności prowadzone przez firmy.

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie analizy stron internetowych wybranych firm.

ŚRODOWISKO NATURALNE

Kolejnym badanym obszarem CSR jest działalność na rzecz środowiska naturalnego, czyli zachowania proekologiczne mające na celu minimalizację negatywnego wpływu biznesu na środowisko.

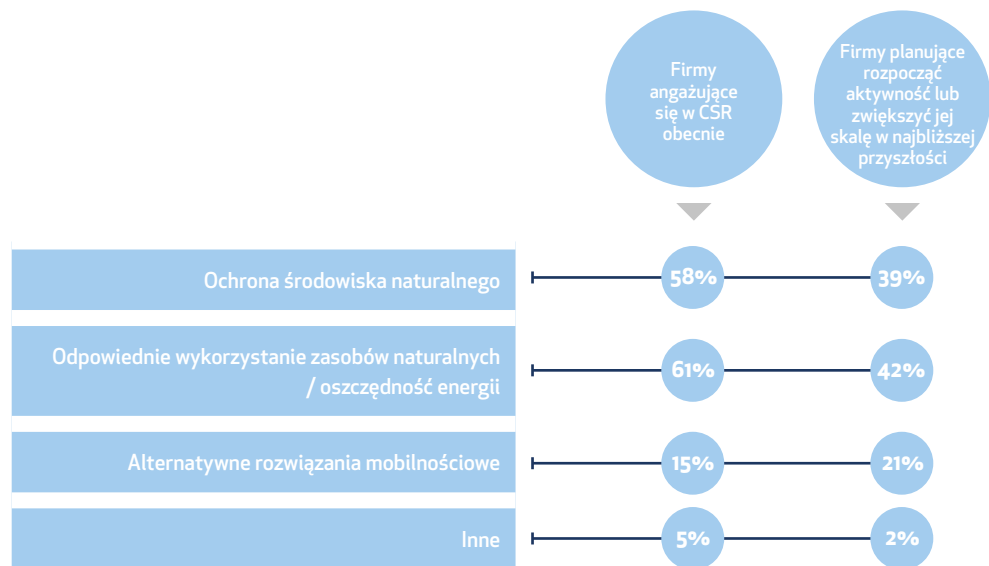
Najwięcej firm (61%) stawia obecnie na odpowiednie wykorzystanie zasobów naturalnych i oszczędzanie energii. Jest to także działanie, które największy

odsetek firm (42%) planuje rozpocząć lub zwiększyć jego skalę w przyszłości.

Drugą ważną formą CSR w tym obszarze jest zadeklarowana przez ponad połowę badanych ochrona środowiska. Ponad jedna trzecia (39%) firm chce zacząć lub zwiększyć zakres działań w tym obszarze w najbliższej przyszłości.

Obszary aktywności CSR ▶

Źródło: KPMG w Polsce.



EDF, jako odpowiedzialna firma z sektora energetycznego, troszczy się o regiony, w których prowadzi działalność. W ramach umowy dotyczącej zrównoważonego rozwoju miasta Krakowa, EDF wdraża działania na rzecz poprawy jakości powietrza. Program modernizacji elektrociepłowni w tym mieście pozwoli na 5-krotne ograniczenie emisji tlenków siarki i azotu. Grupa EDF dąży również do redukcji niskiej emisji poprzez promowanie ciepła sieciowego, rozbudowę sieci grzewczych czy realizowane wspólnie z lokalnymi dystrybutorami wymiany instalacji indywidualnych na rzecz przyłączy do sieci. EDF prowadzi też działalność charytatywną mającą na celu aktywację osób niepełnosprawnych czy pomoc klientom w trudnej sytuacji (np. w ramach programu „Podzielmy się ciepłem”).

Philippe Castanet,

Prezes Zarządu, EDF Polska (od października 2008 do kwietnia 2014)



Najbardziej niepożądany wpływ na środowisko naturalne w przypadku naszej firmy zaobserwowaliśmy w zakresie zużycia energii elektrycznej. Oprócz energii do ogrzania i oświetlenia biura, najwyższe zużycie prądu odnotowały serwerownie Sii. Dlatego w 2012 roku dokonaliśmy wirtualizacji środowiska IT, dzięki czemu prowadzimy obecnie działalność biznesową zgodnie z zasadą „green IT”.

Dzięki systemowi do wirtualizacji około 80% naszych serwerów jest obecnie wirtualnych. Pozwoliło to na znaczne zmniejszenie zużycia energii na zasilanie i chłodzenie. Nie musimy także wymieniać i recyklingować fizycznych serwerów ani innego wyposażenia serwerowni w momencie, kiedy sprzęt ulega zużyciu.

Grégoire Nitot,

Prezes, Sii



Od ponad 10 lat Lafarge wykorzystuje w swoich cementowniach paliwa alternatywne. Dzięki temu każdego roku coraz bardziej dynamicznie rozwija i wykorzystuje odpowiednią infrastrukturę. W dwóch zakładach — Małogoszcz i Kujawy — wykorzystanie paliw alternatywnych, zastępujących węgiel i inne paliwa kopalne, wzrosło już do ponad 60% rocznie.

Użycie paliw alternatywnych pozwala na lepsze wykorzystywanie zasobów naturalnych i stanowi bezpieczne rozwiązanie dla ludności i przemysłu w Polsce. To jedna z najlepszych technologii w zakresie zarządzania odpadami. Wykorzystywane przez Lafarge w Polsce paliwa alternatywne zastępują ponad 180 000 ton węgla i ograniczają emisję dwutlenku węgla o 450 ton.



Bruno Roux,
CEO, Lafarge

Przykłady innych dotychczas prowadzonych przez firmy francuskie inicjatyw CSR

ALCATEL-LUCENT	<ul style="list-style-type: none"> Firma działa zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju. Do 2012 roku grupa Alcatel-Lucent poprawiła efektywność wykorzystania energii w najważniejszych produktach o 25% w porównaniu do 2010 roku. Celem grupy na 2020 rok jest zmniejszenie emisji CO₂ z produkcji o 50%.
ORANGE	<ul style="list-style-type: none"> Orange, świadoma wpływu swoich produktów na środowisko, stawia sobie za cel podnoszenie wskaźnika odzyskiwania używanych telefonów komórkowych. Dlatego uruchomiony został serwis www.orangerecykling.pl, który umożliwia ich odsprzedaż, a pieniądze w ten sposób uzyskane można przekazać na cele dobroczynne.
EDF	<ul style="list-style-type: none"> Idea zrównoważonego rozwoju jest wpisana w strategię Grupy EDF w Polsce. EDF realizuje w Polsce szeroki program inwestycyjny mający na celu dostosowanie swoich aktywów do środowiskowych norm europejskich i przedłużenie ich żywotności co najmniej do 2030 r.
LEROY MERLIN	<ul style="list-style-type: none"> W ramach działań edukacji proekologicznej firma organizuje w swoich marketach bezpłatne zajęcia "Dzieciaki Sadzeniaki" skierowane do dzieci.

Pokazano jedynie wybrane działalności prowadzone przez firmy.

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie analizy stron internetowych wybranych firm.

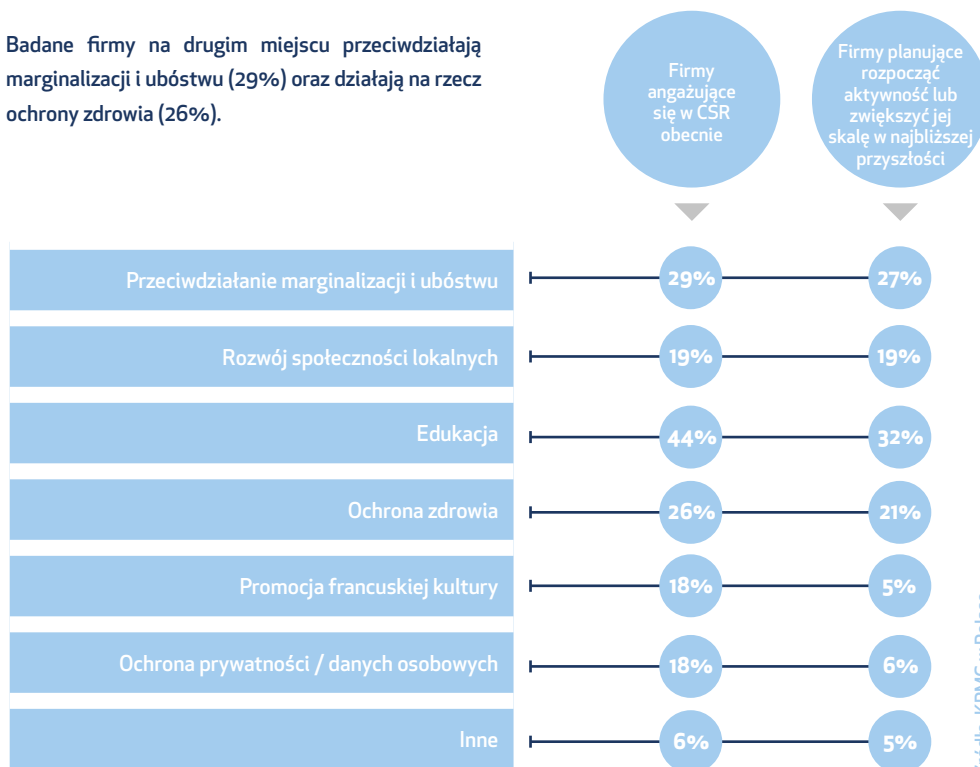
SPOŁECZNOŚCI LOKALNE

Kolejnym badanym obszarem CSR jest aktywność na rzecz społeczności lokalnych.

Większość firm (44%) prowadzi działania na rzecz edukacji społeczeństwa. Zgodnie z deklaracjami respondentów ta forma CSR będzie także zyskiwać na popularności w przyszłości.

Badane firmy na drugim miejscu przeciwdziałają marginalizacji i ubóstwu (29%) oraz działają na rzecz ochrony zdrowia (26%).

Obszary aktywności CSR ▶



Pernod Ricard prowadzi w Polsce szereg działań na rzecz odpowiedzialnej konsumpcji swoich produktów – projekty edukacyjne dotyczące picia w rozważny sposób, konsekwencji jazdy po alkoholu i uwrażliwiające na spożywanie alkoholu w ciąży.

Guillaume Girard-Reydet,
Prezes Wyborowa S.A., Pernod Ricard

Odpowiedzialność społeczna odgrywa w grupie Michelin ważną rolę, a projekty prowadzone są jednocześnie na poziomie centralnym i lokalnym. Główne działania koncentrują się obecnie na bezpieczeństwie drogowym. W latach 2010-2012 Michelin prowadził w Europie program ROSYPE (road safety for young people in Europe) na rzecz poprawy bezpieczeństwa na drogach.

Michelin wspiera również liczne organizacje lokalne, które świadczą konkretną pomoc na rzecz lokalnej społeczności i dysponuje corocznym budżetem przeznaczonym na ten cel. Wspieramy także nowopowstałe firmy, czyniąc to nie poprzez dostarczanie środków, ale przez udzielanie gwarancji wobec banków. Michelin otrzymał niedawno nagrodę różnorodności za promowanie kobiet, osób niepełnosprawnych i różnorodności rasowej.



John Young,
Prezes, Michelin



Z inicjatywy pracowników Novotelu Warszawa Centrum, Fundacja Dzieci Niczyje oraz Fundacja Accor prowadzą projekt „Accordeon Samodzielności”, realizowany pod honorowym patronatem Ministra Pracy i Polityki Społecznej, Władysława Kosiniaka-Kamysza oraz we współpracy z Ambasadą Francji w Polsce. To pierwsza w Polsce inicjatywa, której autorem jest Orbis, skierowana do młodych osób szczególnie zagrożonych bezrobociem. W ramach programu, młodzi ludzie, w trudnej sytuacji życiowej, mają nie tylko możliwość odbycia płatnego stażu w firmach, ale również otrzymują wsparcie, m.in. pomoc psychologiczną. Dotychczas, w projekcie wzięło udział blisko 40 młodych osób, 80% z nich podpisało po zakończeniu stażu umowę o pracę i jest samodzielnymi. Fundacja Accor przekazała na ten projekt w 2012 roku i 2013 roku, w sumie 38 000 EUR.

Laurent Picheral, Prezes Zarządu Orbis SA (od 01.07.2010 do 30.06.2014)



AXA docenia rolę odpowiedzialności korporacyjnej w budowaniu przewagi konkurencyjnej na polskim rynku. Jednym z wymiarów jest zaangażowanie w budowanie podstaw do stabilnego rozwoju społecznego naszego kraju. Szansę upatrujemy między innymi w edukacji młodego pokolenia w zakresie ubezpieczeń, inwestowania i oszczędzania. AXA wspólnie z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości rozpoczęła wieloletni program „Dbam o przyszłość”, w którym nasi pracownicy-wolontariusze pokazują uczniom jak ważne dla ich przyszłości jest dokonywanie świadomych wyborów finansowych.

Maciej Szwarc, Prezes, AXA Polska S.A.



Przykłady innych dotychczas prowadzonych przez firmy francuskie inicjatyw CSR

EDF	<ul style="list-style-type: none"> Firma wspiera finansowo wydarzenia sportowe – Od 2010 roku EDF Polska jest głównym sponsorem Polskiego Związku Towarzystw Wioślarskich, a Grupa EDF była jednym ze sponsorów Igrzysk Olimpijskich w Londynie 2012. Grupa EDF w Polsce od lat wspiera aktywność sportową osób niepełnosprawnych, między innymi współpracując z BZSR „Start” przy organizacji integracyjnych zawodów w narciarstwie alpejskim EDF CUP, jak i kolarstwie szosowym EDF TOUR.
CARREFOUR	<ul style="list-style-type: none"> Firma prowadzi program "Stop Marnotrawstwu", którego celem jest eliminacja marnotrawstwa na każdym szczeblu funkcjonowania firmy oraz edukacja i promocja pożądanych postaw wśród dostawców i klientów Carrefour.
ALSTOM	<ul style="list-style-type: none"> Firma podejmuje wiele działań na rzecz lokalnych społeczności. Między innymi, w ramach wolontariatu pracowniczego, pracownicy wspierają domy dziecka, hospicja, domy opieki społecznej oraz organizacje działające na rzecz zwierząt. Firma wspiera innowacje i edukację, m.in. będąc partnerem 14 edycji Nagród Naukowych POLITYKI.
EDENRED	<ul style="list-style-type: none"> Edenred Polska organizuje inicjatywy zmierzające do promocji zdrowego żywienia, dbania o środowisko i wspierania potrzebujących. Firma przeprowadza też akcje wolontariatu pracowniczego, w ramach których zbierana jest odzież i żywność dla Domu Samotnej Matki i Dziecka w Warszawie.

Pokazano jedynie wybrane działalności prowadzone przez firmy.

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie analizy stron internetowych wybranych firm.

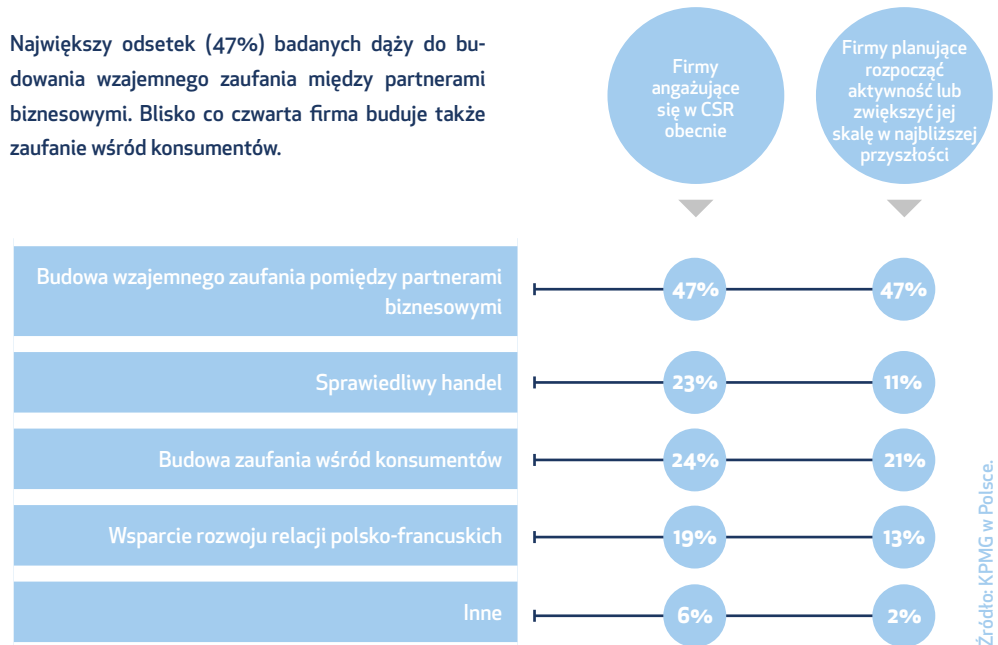
RYNEK

Obszary aktywności CSR ▶

Ostatnim analizowanym aspektem CSR są działania związane z rynkiem, a więc odpowiedzialne praktyki wobec klientów, dostawców, czy konkurentów.

Największy odsetek (47%) badanych dąży do budowania wzajemnego zaufania między partnerami biznesowymi. Blisko co czwarta firma buduje także zaufanie wśród konsumentów.

Te dwie formy działań będą rozpoczynane lub rozwijane przez największą liczbę respondentów także w przyszłości.



Przykłady innych dotychczas prowadzonych przez firmy francuskie inicjatyw CSR

Pokazano jedynie wybrane działalności prowadzone przez firmy.

L'OREAL	<ul style="list-style-type: none"> Firma prowadzi audyt u dostawców w celu kontroli, czy przestrzegają oni standardów etycznych.
CARREFOUR	<ul style="list-style-type: none"> Wszystkich pracowników firmy obowiązuje Kodeks Etyki Zawodowej. Dostawcy są zachęceni do wdrażania i przestrzegania Socjalnej i Etycznej Karty dla Dostawców.
ANTALIS	<ul style="list-style-type: none"> Antalis posiada certyfikaty FSC® i PEFC, które gwarantują, że produkty firmy zostały wykonane z drewna z lasów gospodarowanych zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju. Ponadto firma przeprowadza audyty dotyczące logistyki, systemów informacyjnych, marketingu i procesów sprzedażowych.
LEROY MERLIN	<ul style="list-style-type: none"> Firma posiada Kodeks Etyki Leroy Merlin Polska. Zawarte w Kodeksie zasady etyczne wspierają pracowników Leroy Merlin Polska w podejmowaniu odpowiedzialnych decyzji w relacjach ze współpracownikami, partnerami firmy i instytucjami. Od 2008 roku dostawcy firmy przechodzą obowiązkowy audyt, którego celem jest weryfikacja wpływu ich działalności biznesowej na środowisko, społeczeństwo itp.

Źródło: KPMG w Polsce na podstawie analizy stron internetowych wybranych firm.



Aneks

Kluczowe zmienne opisujące kraje

	POLSKA	FRANCJA
Prezentacja kraju		
Powierzchnia	312 685 km ²	643 801 km ²
Populacja (2013)	38 383 809	65 951 611
Stopa wzrostu populacji (2013)	-0,1%	0,5%
Struktura wieku populacji (2013)	0-14 lat › 14,6%	0-14 lat › 18,7%
	15-24 lat › 12,3%	15-24 lat › 11,9%
	25-54 lat › 44,1%	25-54 lat › 38,9%
	55-64 lat › 14,5%	55-64 lat › 12,6%
	65 lat + › 14,5%	65 lat + › 17,9%
Wskaźniki makroekonomiczne		
PKB (2013)	389,7 mld EUR	2059,9 mld EUR
Stopa wzrostu PKB (2013)	1,5%	0,3%
PKB per capita (2013)	9 600 EUR	30 700 EUR
Dług publiczny (2013)	49,9% PKB	93,4% PKB
Inflacja (2013)	1,00%	1,10%
Aktywni zawodowo (2013)	18,2 mln	29,8 mln
Stopa bezrobocia (2013)	13,50%	9,90%
Średni kurs waluty do USD (2013)	3,16 PLN	0,78 EUR
Koszty zatrudnienia		
Płaca minimalna (lipiec, 2013)	368,87 EUR	1430,22 EUR
Koszt godziny pracy (bez rolnictwa i administracji publicznej, 2013)	9,1 EUR	32,7 EUR
Urlop (2013)	20/26 dni	30 dni
Wiek przejścia na emeryturę (2013)	67 lat	62 lata
Stawki podatkowe		
CIT	19%	33,30%
VAT (stawka podstawowa)	23%	20%
VAT (stawki obniżone)	8%, 5%, 0%	10%, 5,5%, 2,1%
PIT	18% › 3 091-85 528 PLN 32% › powyżej 85 528 PLN	5,5% › 5 963-11 896 EUR 14% › 11 896-26 420 EUR 30% › 26 420-70 830 EUR 41% › 70 830-150 000 EUR 45% › powyżej 150 000 EUR
Ratingi		
Standard & Poor's (rating długoterminowy)	A-	AA
Fitch (rating długoterminowy)	A-	AA+
Fitch (pułap ratingu)	AA-	AAA
Moody's	A2	Aa1

Zakłady Ubezpieczeń z udziałem kapitału francuskiego

ZAKŁAD UBEZPIECZEŃ	SKŁADKA PRZYPISANA BRUTTO (tys. PLN)	ROK	FRANCUSKI AKCJONARIUSZ
Ubezpieczenia na życie			
AXA ŻYCIE TU S.A.	920 474	2012	AXA TUIR S.A., Société Beaujon S.A.
TUnŻ CARDIF POLSKA S.A.	327 762	2012	BNP PARIBAS ASSURANCE SA
MACIF ŻYCIE TUW	9 901	2012	MACIF, MUTAVIE Société Européenne
Pozostałe ubezpieczenia osobowe i majątkowe			
TUW TUW	447 246	2012	MACIF, MAIF
AXA TUIR S.A.	184 229	2012	Société Beaujon S.A.

Źródło: opracowanie własne KPMG na podstawie bazy danych KNF.

Banki z udziałem kapitału francuskiego

BANK	PRZYCHODY (tys. PLN)	ROK	FRANCUSKI AKCJONARIUSZ
BANK GOSPODARKI ŻYWNOŚCIOWEJ SA	2 506 823	2012	GRUPA BNP Paribas
CRÉDIT AGRICOLE BANK POLSKA	1 768 444	2012	GRUPA CRÉDIT AGRICOLE
EUROBANK	1 465 412	2011	GRUPA Société Générale
BNP PARIBAS BANK POLSKA	1 126 530	2012	GRUPA BNP Paribas
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE S.A. ODDZIAŁ W POLSCE	257 127	2012	GRUPA Société Générale

Źródło: opracowanie własne KPMG na podstawie analizy jednostkowych sprawozdań finansowych.

50 największych firm francuskich w Polsce



FIRMA	GLOBALNY WŁAŚCICIEL	SIEDZIBA	PRZYCHODY (TYS. PLN)	ROK	SPRAWOZDANIE
1 ORANGE POLSKA S.A.	ORANGE	WARSZAWA	14 147 000	2012	Skonsolidowane
2 CARREFOUR POLSKA SP. Z O.O.	CARREFOUR	WARSZAWA	7 802 487	2012	Jednostkowe
3 AUCHAN POLSKA SP. ZO.O.	AUCHAN	PIASECZNO	6 058 855	2012	Jednostkowe
4 MICHELIN POLSKA S.A.	MICHELIN	OLSZTYN	4 810 100	2012	Jednostkowe
5 Grupa SAINT-GOBAIN w POLSCE	SAINT-GOBAIN	WARSZAWA	3 891 000	2012	Skonsolidowane
6 EDF ENERGIA SP. Z O.O.	GOVERNMENT OF FRANCE	RYBNIK	3 627 683	2012	Jednostkowe
7 Grupa VALEO w POLSCE	VALEO	SKAWINA	3 334 471	2012	Jednostkowe
8 LEROY-MERLIN POLSKA SP. Z O.O.	FAMILLE MULLIEZ	WARSZAWA	3 126 707	2012	Jednostkowe
9 EDF PALIWA SP. Z O.O.	GOVERNMENT OF FRANCE	KRAKÓW	2 875 848	2012	Jednostkowe
10 TOTAL POLSKA SP. Z O.O.	TOTAL SA	WARSZAWA	2 478 104	2012	Jednostkowe
11 TECHNICOLOR POLSKA SP. Z O.O.	TECHNICOLOR	PIASECZNO	2 372 723	2012	Jednostkowe
12 EDF POLSKA S.A.	GOVERNMENT OF FRANCE	WARSZAWA	2 291 000	2012	Jednostkowe
13 ELEKTROWNIA POŁANIEC S.A. - GRUPA GDF SUEZ ENERGIA POLSKA	GDF SUEZ	POŁANIEC	2 270 319	2012	Skonsolidowane
14 FAURECIA WAŁBRZYCH S.A.	PEUGEOT SA	WAŁBRZYCH	1 879 407	2012	Jednostkowe
15 SANOFI - AVENTIS SP. Z O.O.	SANOFI	WARSZAWA	1 875 439	2012	Jednostkowe
16 RENAULT POLSKA SP. Z O.O.	RENAULT	WARSZAWA	1 819 052	2012	Jednostkowe
17 SOBIESKI SP. Z O.O.	BELVEDERE	WARSZAWA	1 738 006	2012	Jednostkowe
18 DALKIA POLSKA S.A.	VEOLIA ENVIRONEMENT	WARSZAWA	1 615 464	2012	Skonsolidowane
19 DANONE SP. Z O.O.	DANONE	WARSZAWA	1 531 765	2012	Jednostkowe
20 SCA PR POLSKA SP. Z O.O.	SOCIÉTÉ CIVILE DES MOUSQUETAIRES	POZNAŃ	1 479 897	2012	Jednostkowe
21 CANAL + CYFROWY S.A.	VIVENDI	WARSZAWA	1 476 061	2012	Jednostkowe
22 ALSTOM POWER SP. Z O.O.	ALSTOM	WARSZAWA	1 447 257	2012	Jednostkowe
23 EUROVIA POLSKA S.A.	VINCI	KOBIERZYCE	1 365 329	2012	Jednostkowe
24 WARBUD S.A.	VINCI	WARSZAWA	1 357 881	2012	Jednostkowe
25 DESTYLARNIA SOBIESKI S.A.	BELVEDERE	STAROGARD GDAŃSKI	1 354 836	2012	Jednostkowe
26 HUTCHINSON POLAND SP. Z O.O.	TOTAL SA	ŻYWIEC	1 342 884	2012	Jednostkowe
27 ITI NEOVISION S.A.	VIVENDI	WARSZAWA	1 293 722	2011	Skonsolidowane

28	PEUGEOT POLSKA SP. Z O.O.	PEUGEOT SA	WARSZAWA	1 089 239	2012	Jednostkowe
29	LAFARGE CEMENT S.A.	LAFARGE	MAŁGOSZCZ	1 065 935	2012	Jednostkowe
30	DALKIA ŁÓDŹ S.A.	VEOLIA ENVIRONNEMENT	ŁÓDŹ	1 065 344	2012	Jednostkowe
31	WYBOROWA S.A.	PERNOD RICARD	WARSZAWA	960 324	2012	Jednostkowe
32	L'OREAL POLSKA SP. Z O.O.	L'OREAL	WARSZAWA	956 118	2012	Jednostkowe
33	FAURECIA AUTOMOTIVE POLSKA S.A.	PEUGEOT SA	GRÓJEC	950 098	2012	Jednostkowe
34	HDS POLSKA SP. Z O.O.	LAGARDERE SCA	WARSZAWA	923 814	2012	Skonsolidowane
35	CITROËN POLSKA SP. Z O.O.	PEUGEOT SA	WARSZAWA	841 861	2012	Jednostkowe
36	STARCOM SP. Z O.O.	PUBLICIS GROUPE SA	WARSZAWA	816 298	2012	Jednostkowe
37	DROSED S.A.	SOCIÉTÉ LDC	SIEDLCE	794 350	2011	Skonsolidowane
38	ORBIS S.A.	ACCOR	WARSZAWA	722 831	2012	Skonsolidowane
39	NUTRICIA POLSKA SP. Z O.O.	DANONE	WARSZAWA	718 293	2012	Jednostkowe
40	FM POLSKA SP. Z O.O.	FM HOLDING	MSZCZONÓW	703 401	2012	Jednostkowe
41	ŻYWIEC - ZDRÓJ S.A.	DANONE	CIĘCINA	695 722	2012	Jednostkowe
42	DECATHLON SP. Z O.O.	DECATHLON	WARSZAWA	679 847	2012	Jednostkowe
43	CAP GEMINI POLSKA SP. Z O.O.	CAP GEMINI	WARSZAWA	676 465	2012	Jednostkowe
44	RODAMCO CHI SP. Z O.O.	UNIBAIL - RODAMCO	WARSZAWA	655 090	2011	Jednostkowe
45	NUTRICIA ZAKŁADY PRODUKCYJNE SP. Z O.O.	DANONE	OPOLE	648 813	2012	Jednostkowe
46	EDF WYBRZEŻE	GOVERNMENT OF FRANCE	GDAŃSK	637 580	2012	Jednostkowe
47	LAFARGE KRUSZYWA I BETON SP. Z O.O.	LAFARGE	WARSZAWA	617 635	2012	Jednostkowe
48	FAURECIA GORZÓW S.A.	PEUGEOT SA	GORZÓW	612 785	2012	Jednostkowe
49	ANTALIS POLAND SP. Z O.O.	SAQUANA	WARSZAWA	611 675	2012	Jednostkowe
50	KOSMEPOL SP. Z O.O.	L'OREAL	KANIE	592 399	2012	Jednostkowe

Przedstawiono firmy, które posiadają co najmniej 40% udział kapitału francuskiego i globalnego francuskiego właściciela. Dane nie zawierają podmiotów finansowych i ubezpieczeniowych.

Źródło: opracowanie własne KPMG na podstawie baz danych Amadeus, IPG Gold i listy2000 przedsiębiorstw Rzeczypospolitej.

20 LAT CCIFP W POLSCE

- W ciągu 20 lat Francuska Izba Przemysłowo-Handlowa w Polsce pomogła ponad 500 firmom francuskim i polskim w wejściu na rynek.
- W spotkaniach CCIFP uczestniczyło ponad 50 000 osób.
- CCIFP zorganizowała ponad 1000 wydarzeń.



- Najważniejsze wydarzenia CCIFP w ostatnim 20-leciu:

Polsko-Francuskie Forum Ekonomiczne z udziałem Prezydentów Polski i Francji; Rendez-vous z Francją na Pl. Zamkowym; Pawilon Café France na Forum Ekonomicznym w Krynicy.

Francuska Izba Przemysłowo-Handlowa w Polsce (CCIFP) skupia ponad 420 firm z kapitałem zarówno francuskim, jak i polskim i jest jedną z najaktywniejszych izb bilateralnych w Polsce. Od 20 lat współtworzy korzystne warunki dla rozwoju działalności inwestycyjnej i gospodarczej oraz odgrywa aktywną rolę w kontaktach z organami administracji państwowej i samorządowej, organizacjami pracodawców i instytucjami pozarządowymi. CCIFP jest platformą współpracy i wymiany doświadczeń biznesowych oraz promotorem najlepszych praktyk pomiędzy przedsiębiorcami.

ROZWÓJ KONTAKTÓW BIZNESOWYCH

CCIFP organizuje każdego roku ponad 100 spotkań o charakterze biznesowym mających na celu nawiązanie potencjalnej współpracy, poszerzenie kontaktów. Odbywają się one cyklicznie w różnych formatach i miastach Polski (Warszawa, Poznań, Łódź, Wrocław, Katowice, Kraków), a średnio uczestniczy w nich około 100 osób.

Kilka razy w roku organizowane są wyjątkowe wydarzenia, których nieformalna atmosfera sprzyja integracji i nawiązywaniu znajomości biznesowych. Doroczna Gala CCIFP, czy Bal 14 lipca odbywają się od kilku lat i na stałe wpisały się w kalendarz imprez polsko-francuskiego środowiska biznesowego.

REPREZENTACJA INTERESÓW

CCIFP stale rozwija kontakty z przedstawicielami administracji i tworzy platformę dialogu pomiędzy sektorem publicznym a inwestorami. W 2010 roku CCIFP opublikowała pierwszą edycję Białej Księgi, zawierającej propozycje działań sprzyjających rozwojowi biznesu. Od tego czasu trafiła ona do wszystkich ministerstw i urzędów, a także pozostałych grup interesu, m.in. poprzez udział CCIFP w takich wydarzeniach jak Forum Ekonomiczne w Krynicy. Izba prowadzi szereg komitetów sektorowych, które

wymiany doświadczeń zawodowych skierowanych w takich obszarach jak: finanse, marketing, HR, komunikacja, zarządzanie oraz wiele innych. W każdym miesiącu szkolimy ponad 120 osób.

PROMOCJA WIZERUNKU

CCIFP jest platformą wymiany informacji pomiędzy firmami stowarzyszonymi i promuje dobre praktyki stosowane w firmach z kapitałem francuskim. Wiele działań komunikacyjnych ma na celu wzmocnienie wizerunku francuskich inwestorów w Polsce

potrzebami klientów oraz pomaga w założeniu firmy na terenie Polski lub Francji. Dzięki rozbudowanej sieci kontaktów, wieloletniemu doświadczeniu oraz wykwalifikowanemu personelowi CCIFP realizuje zlecenia dotyczące wielu branż i sektorów.

KONTAKT

CCIFP

ul. Widok 8, 00-023 Warszawa

tel.: +48 22 690 68 80 | fax: +48 22 690 68 90

www.ccifp.pl | ccifp@ccifp.pl



wypracowują wspólne stanowisko francuskiego biznesu w kluczowych obszarach polskiej gospodarki.

Całodzienna konferencja Spotkania Warszawskie organizowana przez CCIFP na Zamku Królewskim daje możliwość bezpośredniego spotkania czołowych polityków i intelektualistów z Polski i Francji i wnosi do debaty publicznej nowe rozwiązania inspirowane francuskim doświadczeniem.

ROZWÓJ KOMPETENCJI ZAWODOWYCH

CCIFP umożliwia przedsiębiorcom i pracownikom firm wymianę doświadczeń oraz zdobywanie wiedzy opartej na znajomości europejskich i polskich realiów. Zadanie to CCIFP realizuje, między innymi, poprzez organizowanie szkoleń, seminariów i klubów

i zaprezentowanie ich potencjału i wkładu w rozwój polskiej gospodarki. Dzień Francuski na Saskiej Kępie przyciąga każdego roku kilkadziesiąt tysięcy osób, które mogą poznać francuskie firmy. Co najmniej 15 razy w roku jeździmy do Francji i na spotkaniach z przedsiębiorcami przedstawiamy korzyści z inwestowania w Polsce.

WSPARCIE W ROZWOJU NA RYNKU POLSKIM I FRANCUSKIM

CCIFP pomaga firmom polskim i francuskim w pozyskiwaniu wiarygodnych partnerów biznesowych. Oprócz udzielania informacji makroekonomicznych o obu rynkach, świadczy również usługi polegające na wyszukiwaniu partnerów zgodnie ze specyficznymi

O KPMG W POLSCE



cutting through complexity

KPMG to międzynarodowa sieć firm świadczących usługi z zakresu audytu, doradztwa podatkowego i doradztwa gospodarczego. KPMG zatrudnia **155 000 pracowników** w **155 krajach**.

KPMG było jedną z pierwszych firm audytorsko-doradczych o międzynarodowym zasięgu obecnych na polskim rynku. Rozpoczęliśmy działalność w Warszawie w maju 1990 roku.

Obecnie KPMG w Polsce zatrudnia ponad **1 200 pracowników** w 7 miastach:

- Warszawie,
- Krakowie,
- Poznaniu,
- Wrocławiu,
- Gdańsku,
- Katowicach,
- Łodzi.

Nasze usługi

AUDYT

Wykonujemy niezależne usługi audytorskie.

PODATKI

Pomagamy w bezpiecznym, ale i efektywnym rozliczaniu podatków.

USŁUGI DORADCZE

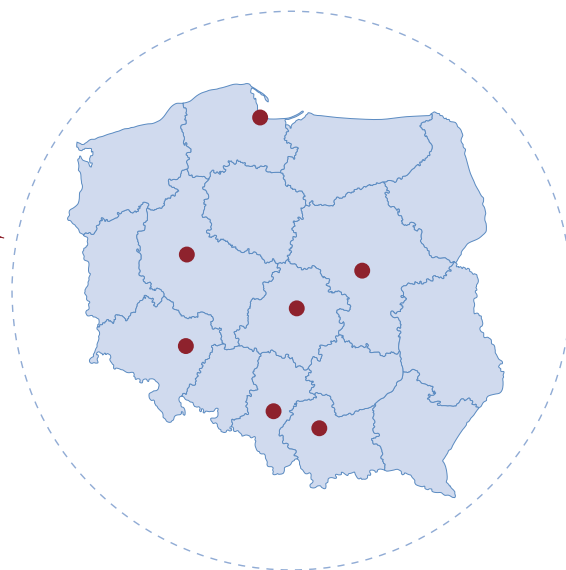
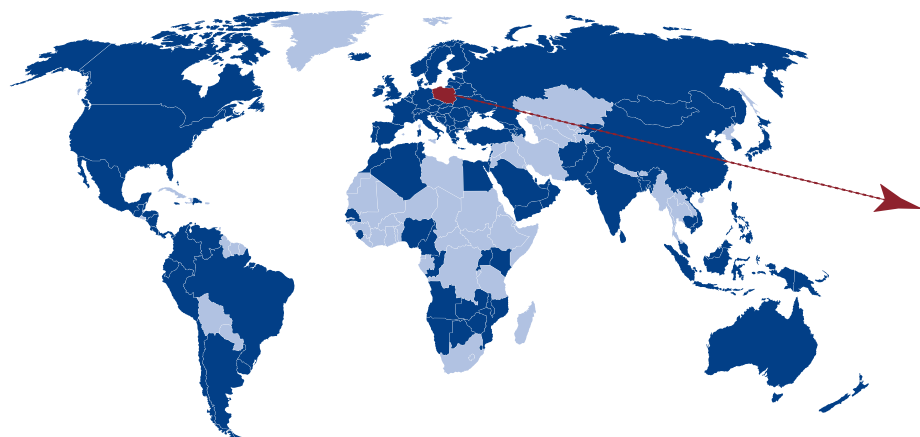
Poprawiamy efektywność funkcjonowania przedsiębiorstw oraz dbamy o ich stabilny rozwój.

USŁUGI KSIĘGOWE

Prowadzimy księgi rachunkowe, zarządzamy dokumentacją placowo-kadrową oraz spełniamy wymogi raportowe i sprawozdawcze.

DORADZTWO PRAWNE

Prowadzimy obsługę transakcji zawieranych we wszystkich sektorach gospodarki przez największych inwestorów polskich i zagranicznych.



Specjalizacje branżowe

- Zróżnicowana produkcja przemysłowa
- Rynek dóbr konsumpcyjnych
- Motoryzacja
- Private Equity
- Budownictwo i nieruchomości
- Sektor chemiczny
- Usługi finansowe
- Sektor farmaceutyczny
- Administracja publiczna, infrastruktura i ochrona zdrowia
- Sektor energii oraz zasobów naturalnych
- Technologie informacyjne media i komunikacja
- Transport, spedycja i logistyka

Foreign Desks

China Practice

面对着中国经济在国际舞台上扮演着极其重要并且越发关键的角色，毕马威作出的反应是在全球中国业务发展中心旗下建立了一个全球通力协作的业务网络，旨在为中国合作伙伴及其相关业务提供专用服务。

French Desk

Le French Desk regroupe un ensemble de professionnels expérimentés issus de nos différentes lignes de services (audit, conseil, juridique, fiscal, comptable) qui disposent d'une forte expérience des enjeux internationaux et des spécificités françaises, et qui parlent français.

German Desk

Unternehmen aus dem deutschsprachigen Raum bietet unser „German Desk“ eine fachübergreifende Betreuung durch deutschsprachige Mitarbeiter in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung und Rechtsberatung.

Global Japanese Practice

Current changes in the global economy, caused by the credit crunch, force companies to look for new business undertakings. Among many solutions Japanese companies choose to set up business or outsource certain operations to Poland. The Japanese Practice is committed to helping Japanese companies to start and successfully develop their business and also adapt to changing market conditions and regulatory requirements.

Italian Desk

KPMG e' un network globale di societa' di servizi professionali, attivo in 155 paesi nel mondo con oltre 155 mila persone. Le entita' aderenti a KPMG forniscono alle aziende clienti una vasta gamma di servizi multidisciplinari, secondo standard d'eccellenza omogenei a livello internazionale, nelle aree della revisione e organizzazione contabile, servizi fiscali e legali, consulenza direzionale – finanziaria – strategica.

Korean Desk

신용위기로 인해 세계 경제가 변화하는 현재, 많은 기업들이 새로운 비즈니스를 찾아야 상황에 직면해 있습니다. 많은 한국기업들이 폴란드에서의 신규 비즈니스나 아웃소싱을 중요한 전략의 하나로 선택하고 있습니다.

Korean Desk는 이러한 한국기업에 대해 성공적인 투자가 이뤄질 수 있도록 초기부터 적극적으로 지원하고 있으며, 기업이 폴란드 시장 및 규제 요구에 적응할 수 있도록 자문을 제공하고 있습니다.

kpmg.pl



PARTNERZY STRATEGICZNI CCIFP 2014



CCIFP JEST CZŁONKIEM:





**Francuska Izba
Przemysłowo-Handlowa
w Polsce**

Ul. Widok 8,
00-023 Warszawa
tel. +48 22 690 68 80
fax +48 22 690 68 90
e-mail: ccifp@ccifp.pl
www.ccifp.pl



cutting through complexity

KPMG Sp. z o.o.

Ul. Chłodna 51.
00-867 Warszawa
tel. +48 22 528 11 00
fax +48 22 528 10 09
e-mail: kpmg@kpmg.pl
www.kpmg.pl