

Wszechstronna promocja Polski  
na światowej wystawie

**STR. 2**

Program Partnerski  
ułatwił promocję firm

**STR. 4**

Promocja polskiej kultury,  
historii i gospodarki

**STR. 5**

Polska i Afryka wracają  
do dobrych tradycji współpracy

**STR. 6**



# Wszechstronna promocja Pol

Wystawy Światowe Expo należą do najważniejszych wydarzeń na świecie, są porównywalne pod względem rozmachu z igrzyskami olimpijskimi, mistrzostwami świata w piłce nożnej czy największymi festiwalami kulturalnymi. Nie inaczej było z Expo 2020 Dubai, które miało szczególny charakter.

To było zwieńczenie obecności Polski na światowej wystawie Expo 2020 Dubai: w marcu Pawilon Polski otrzymał nagrodę the Best Large Pavilion (Najlepszy Duży Pawilon, o powierzchni 2501-5000 mkw.) w konkursie World Expo Awards, organizowanym przez Exhibitor Magazine.

Jak podkreślili prowadzący ceremonię, Pawilon Polski był faworytem od samego początku. 17 jurorów z całego świata uznało, że jest to jeden z najbardziej „eleganckich i wysublimowanych pawilonów, dzieło sztuki, dojrzałe, edukacyjne, inspirujące doświadczenie. Pawilon, który niczego nie narzuca odwiedzającym”, zrównoważony, subtelny w wyrazie, oddający w piękny sposób, za pomocą metafory ptaków w locie, ideę mobilności. Przewodziły one na myśl wielkie wędrówki ptaków pomiędzy Polską i światem arabskim, symbolizowały bogactwo przyrody. Przypominały również o związkach naszego narodu z innymi, a także o naszej roli jako producenta rozmaitych dóbr. Takie właśnie wielowymiarowe jest Expo.

W kategorii Pawilonów XL (powyżej 5000 mkw.) wygrała Arabia Saudyjska, średnich (1201-2500 mkw.) Szwajcaria, małych (do 1200 mkw.) – Vision (prezentuje wizję szejka Mohammeda bin Rashida Al Maktouma, wiceprezydenta i premiera ZEA oraz władcy Dubaju).

## Polska opowieść

Pawilon Polski na Expo 2020 Dubai to opowieść o naszym kraju, na którą składa się pięć rozdziałów w pięciu strefach budynku. Łączyło je hasło przewodniczące polskiej obecności „Poland. Creativity inspired by nature – Polska. Kreatywność inspirowana naturą”.

Kreatywność została przedstawiona jako cecha narodowa, będąca źródłem naszego sukcesu gospodarczego, naukowego, kulturalnego i społecznego.

Architektura pawilonu odnosiła się do hasła mobilności. Tworzyła otwartą, rozrastającą się ku górze, modułową drewnianą strukturę, która zaprasza odwiedzających do wnętrza.

Za opracowanie projektu oraz koncepcji architektoniczno-tematycznej pawilonu oraz wystawy odpowiadała pracownia WXCA wraz ze studiem Bellprat Partner.

Docenienie naszego dzieła przez międzynarodowe jury ekspertów niezwykle

nas twórców cieszy i napawa dumą. Opowieść, którą prowadziliśmy językiem architektury, o polskiej kreatywności inspirowanej naturą, współistnieniu człowieka i natury, naszej wspólnej odpowiedzialności za planetę, siłę jedności w różnorodności jest ważnym głosem w światowej dyskusji, jaka toczy się w Dubaju – mówiła Marta Sękulska-Wrońska z WXCA, współautorka pawilonu.

Pawilon Polski był architektonicznym dziełem sztuki ukazującym siłę polskiego designu i kreatywność Polaków. Odwiedzający mogli poznać w nim opowieść o sukcesach gospodarczych Polski, naszej kulturze i technologii, niezwykłej przyrodzie, a przede wszystkim o naszej kreatywności i przedsiębiorczości. Nasz pawilon wzbudził duże zainteresowanie gości oraz mediów z całego świata i należał do najpopularniejszych – odwiedziło go blisko 1,5 mln gości. To bardzo istotne ze względu na wielowymiarową promocję Polski na świecie – mówi Adrian Malinowski, komisarz generalny Sekcji Polskiej Expo 2020 Dubai.

Spośród 216 pawilonów na Expo około 10-15 (dokładne statystyki dopiero będą prezentowane) osiągnęło taki próg popularności. Polski pawilon odwiedziło więcej gości niż na przykład kanadyjski, i była to porównywalna liczba jak w przypadku Stanów Zjednoczonych czy Hiszpanii, jednocześnie dużo większa niż dla Norwegii, Finlandii czy Australii.

Polska wygrała również w kategorii „The most socialized pavilion” (najbardziej socjalizujący, łączący).

Za szczegółową koncepcję narracji ekspozycji, kluczowe doświadczenia oraz produkcję wszystkich materiałów multimedialnych odpowiadało konsorcjum Science Now, Stellar Fireworks i Tellart, które było także pomysłodawcą „Polskiego Stołu” i strefy V „Poland. Landscapes of creativity”. Generalnym wykonawcą Pawilonu było konsorcjum Międzynarodowe Targi Poznańskie i FM Aldentro.

Artystyczna instalacja multimedialna „Polski Stół”, składająca się ze 120 modułów z polskiego drewna wykonana została przez czło-wiecznych artystów, architektów i inżynierów. „Polski Stół” ukazywał bogactwo naturalnych surowców i materiałów, które można znaleźć w Polsce. Do stworzenia in-

stalacji wykorzystano między innymi szkło, drewno, miedź, ceramikę i stal.

## Expo o tym, czego potrzebuje świat

Motywnym przewodnim Expo 2020 Dubai było hasło „Connecting Minds, Creating the Future – Łącząc umysły, tworzymy przyszłość”. Wydarzenie odwiedziło 20 mln gości z całego świata.

– Ta wystawa Expo była inna niż wszystkie – ocenia Adrian Malinowski.

Organizatorzy chcieli zwrócić uwagę na to, że przemiany społeczne, ekonomiczne i technologiczne wymagają podejmowania nowych wyzwań. Odpowiedzią na nie jest współpraca krajów – pomimo występujących różnic – w celu zapewnienia zrównoważonego rozwoju, od poszanowania środowiska, przez postęp społeczny, aż po wzrost gospodarczy.

– Udało się sprowadzić wszystkich do jednego wspólnego mianownika – tego, że potrzebujemy być razem. Expo przez dwa stulecia zmieniło się bardzo mocno w swojej idei, koncepcji. Najpierw mówiono o osiągnięciach nauki, technologii, inżynierii, potem prezentowano się światu, aż do momentu, w którym jesteśmy dzisiaj, do oddania tego, czego świat najbardziej potrzebuje. Żyjemy w czasach internetu, powinniśmy wszystko wiedzieć, mieć na wyciągnięcie ręki, a dopiero będąc tutaj, okazuje się, jak mało wiem o sobie nawzajem. Najważniejsi we wszystkich pawilonach byli ludzie. Podobnie było w naszym przypadku. Można mówić o Polsce w ciekawy, nowoczesny sposób – mówi Adrian Malinowski.

Warto dodać, że on sam również został uhonorowany. Adriana Malinowskiego wybrano najbardziej aktywnym komisarzem generalnym Expo 2020 Dubai.

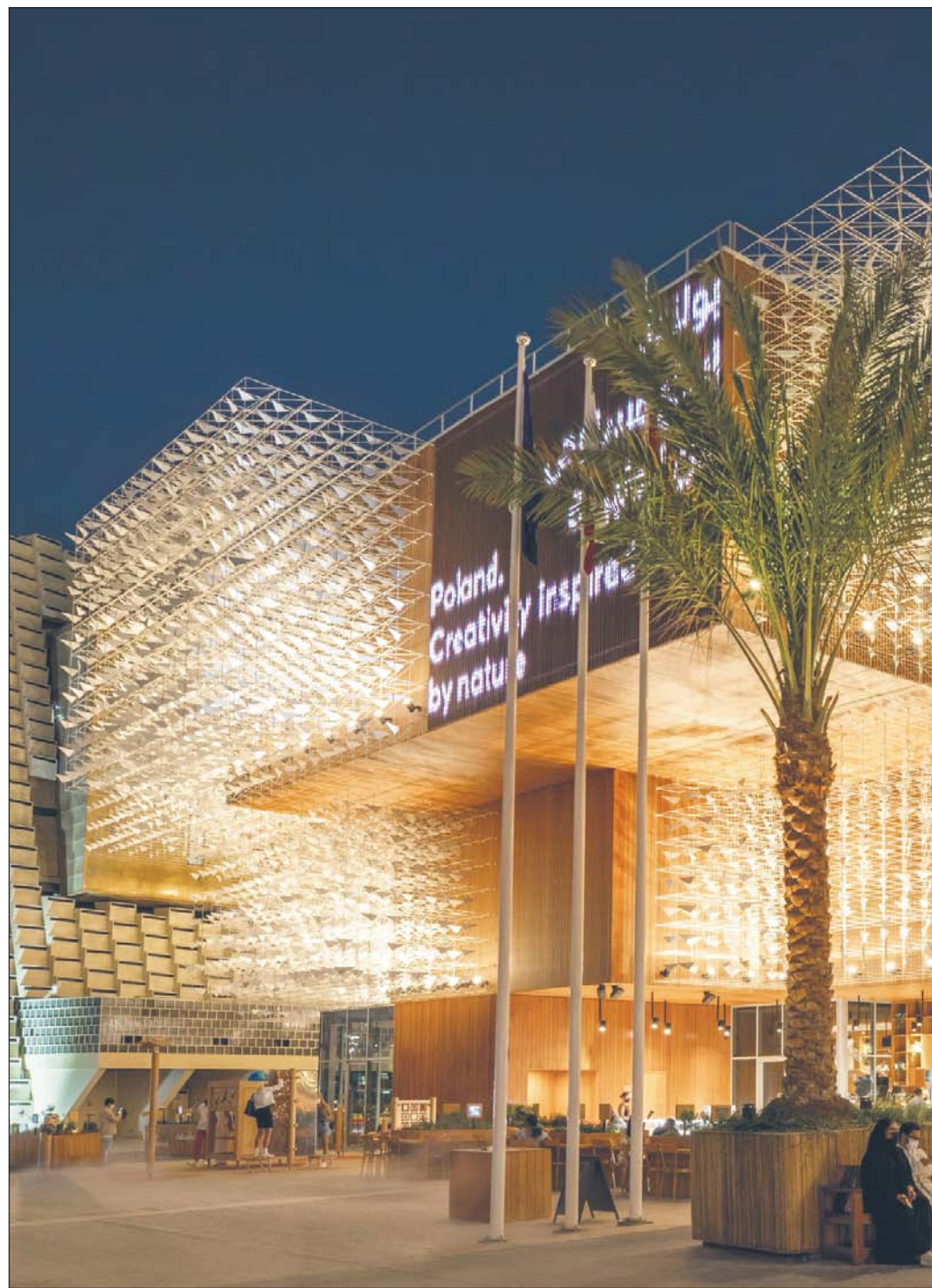
Dla gości Pawilonu Polski przygotowano wiele różnorodnych wydarzeń, między innymi codzienne koncerty chopinowskie, 180 warsztatów edukacyjnych dla dzieci i młodzieży oraz inne – każdy mógł znaleźć coś dla siebie. Łącznie było to 1000 propozycji w ciągu 182 dni trwania Expo (1 października 2021 r. – 31 marca 2022 r., przesunięcie z 2020 r. spowodowała pandemia koronawirusa).

– Mieliśmy 20 wystaw czasowych. To był majstersztyk organizacyjny, wymieniano je w ciągu jednej nocy – dodaje Adrian Malinowski.

Niemniej jednak wiodące były wydarzenia związane z gospodarką i biznesem.

## Akcent na gospodarkę

Za koordynację udziału Polski w EXPO odpowiadała Polska Agencja Inwestycji i Handlu. We współpracy z ponad 40 instytucjami i resortami przygotowała ona specjalny program gospodarczy dla przedsiębiorców. Składał się z kilkunastu narzędzi wsparcia, skierowa-



## Długa tradycja

Historia polskiej obecności na Wystawach Światowych liczy już ponad 150 lat. W 1867 r. w Paryżu wystawiały się powszechnie znane polskie firmy, takie jak fabryka fortepianów Maleckiego, studio fotograficzne Maksymiliana Fajansa czy fabryka narzędzi metalowych Józefa Troetzera. Polacy zdobywali nagrody na wystawach w Wiedniu (1873), Paryżu (1878) i Chicago (1893). Pierwsze narodowe pawilony powstawały po I wojnie światowej. Pierwsza wystawa odbyła się w 1751 r. w Londynie, a dwie następne w 1798 i 1802 r. w Paryżu, jednak za pierwszą prawdziwie międzynarodową wystawę światową uznaje się Great Exhibition (Wielką Wystawę) w Londynie w 1851 r.

nych do polskich firm, które chcąc się rozwijać przy okazji udziału Polski w Expo 2020. Z programu skorzystało 2,5 tys. polskich firm.

– W pawilonie mieliśmy bardzo wiele wydarzeń gospodarczych, biznes mix-rów czy spotkań branżowych. Jako Polska byliśmy bardzo aktywni na targach, pokazaliśmy, że bardzo dobrze się odnajdujemy. Przykładem są targi GITEX Global, nowych technologii, w których wzięło udział 116 firm z Polski. To była największa narodowa reprezentacja. Na targach GULFOOD mieliśmy około 50 polskich firm, a na Arab Health 80 – wylicza Adrian Malinowski.

W latach 70. i 80. XX w. Polska była aktywna w regio-

łakowski, sekretarz stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Największym wydarzeniem gospodarczym towarzyszącym polskiej obecności na Expo było Polsko-Arabskie Forum Gospodarcze, 6 grudnia. Uczestniczyli w nim polscy przedsiębiorcy oraz wysokiej rangi urzędnicy państwowi z Polski i Zjednoczonych Emiratów Arabskich, w tym Grzegorz Piechowiak, sekretarz stanu w Ministerstwie Rozwoju i Technologii oraz dr Thani Al Zeyoudi, minister stanu ds. handlu zagranicznego ZEA.

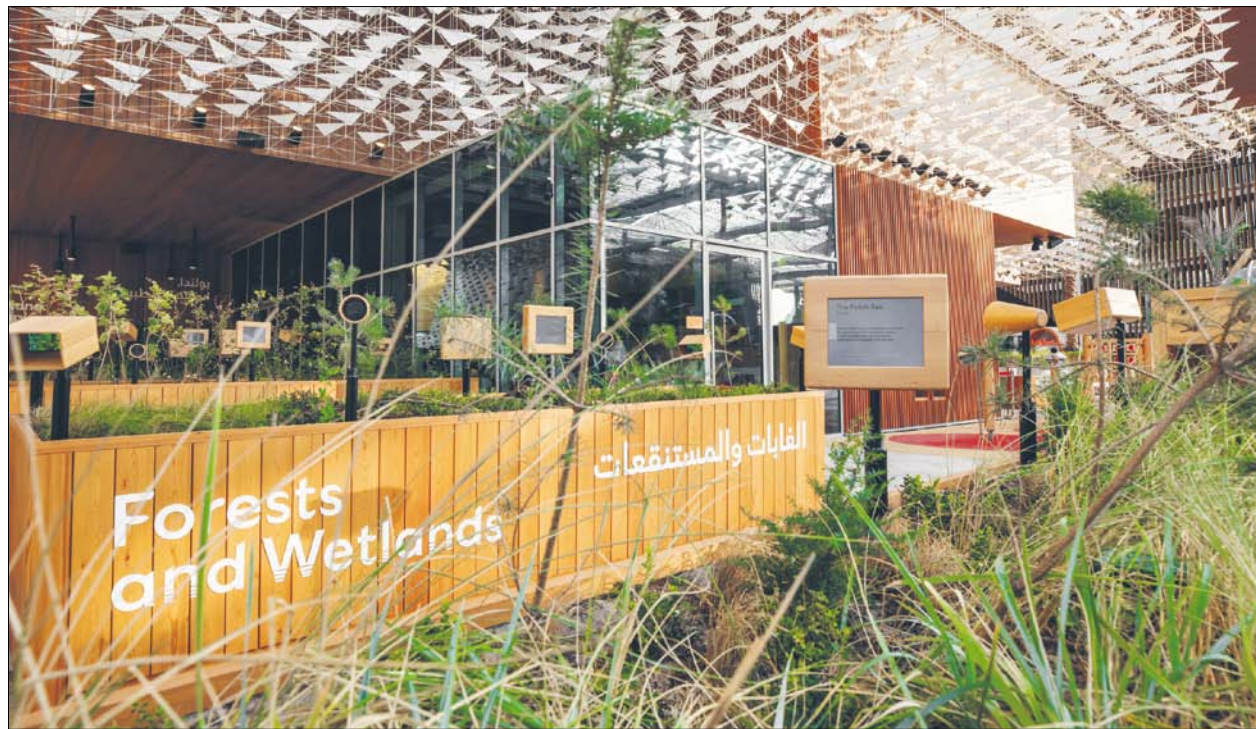
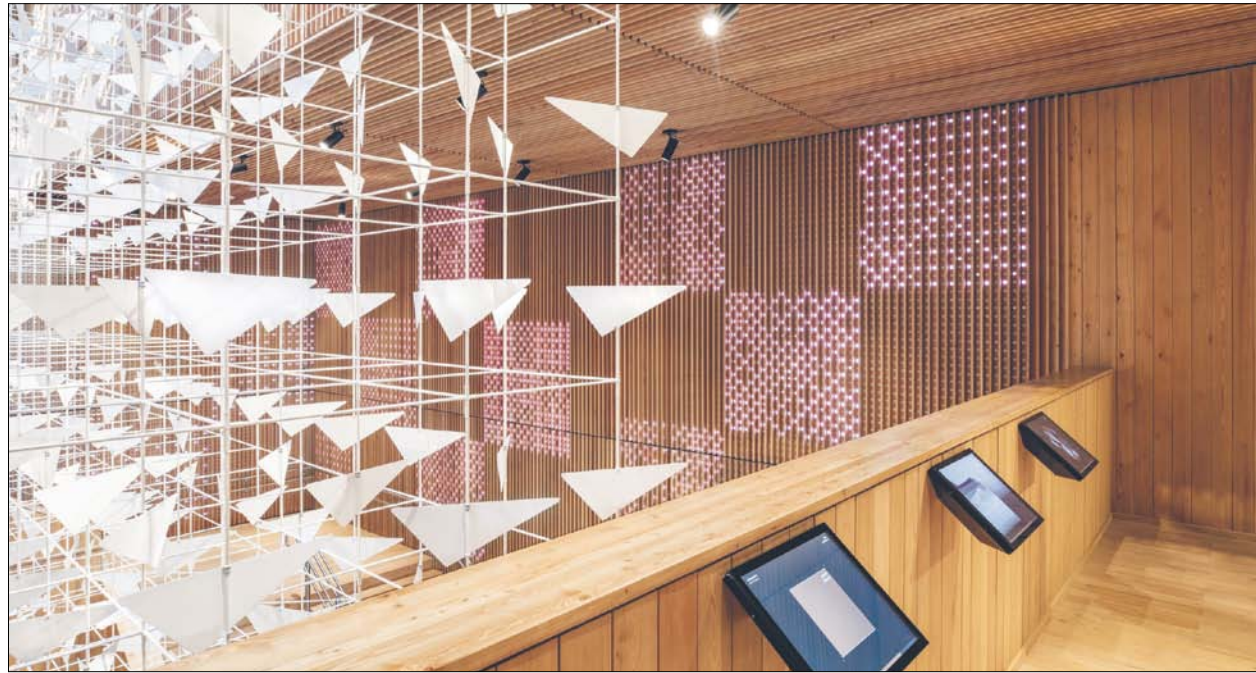
– Nasze relacje zawsze były bardzo dobre. Chcemy je rozwijać. Postrzegamy bowiem kraje arabskie jako bardzo perspektywiczny i wyjątkowo atrakcyjny, liczący ponad 400 mln mieszkańców rynek – powiedział podczas otwarcia wydarzenia Grzegorz Piechowiak.

Forum stało się platformą prezentacji potencjału eksportowego polskich towarów i usług, jednocześnie dając szansę nawiązania bezpośrednich relacji z partnerami gospodarczymi z regionu. Forum przyciągnęło 650 gości na miejscu, do tego ok. 200 online.

– Naszym celem było wy-



# Polki na światowej wystawie



produktów i usług na nowych rynkach Bliskiego Wschodu. Jesteśmy przekonani o tym, że współpraca z potencjalnymi inwestorami z krajów Zatoki Perskiej jest nie tyle możliwa, co konieczna w dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości. W osiągnięciu sukcesów pomogą prezentacje ofert eksportowych z zakresu gospodarki cyfrowej, polskiego designu i bezpieczeństwa żywnościowego oraz ofert przedstawiających nasz kraj jako atrakcyjne miejsce do inwestowania - komentował Forum Krzysztof Drynda, prezes Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu.

Polsko-Arabskie Forum Gospodarcze było miejscem wymiany doświadczeń i spotrzeżeń podczas licznych

paneli eksperckich, w trakcie których poruszono aktualne dla gospodarki tematy.

Wielkim finałem było podpisanie umów dwustronnych otwierających nowy rozdział w relacjach biznesowych i wzmacniających więzi między Polską a ZEA. Wśród nich znalazły się: umowa pomiędzy Polską Izłą Gospodarczą a Federacją Izb Przemysłowo-Handlowych ZEA (FCCI), umowa pomiędzy Etihad Credit Insurance (ECI) a KUKE i wreszcie umowa pomiędzy DMCC (Dubai Multi Commodities Centre) a Polską Agencją Inwestycji i Handlu, reprezentowaną przez Grzegorz Słomkowskiego, członka zarządu PAIH.

Natomiast 7 grudnia miał miejsce Dzień Polski na Expo, czyli okazja do za-

prezentowania się szerokiego gronu międzynarodowej publiczności zwiedzającej wystawę. Zgodnie z protokołem Expo w części oficjalnej odbywającej się pod monumentalną kopułą Al Wasl przy udziale przedstawicieli najwyższych władz państwowych Polski i Zjednoczonych Emiratów Arabskich, został odśpiewany uroczysto hymn Polski, a na maszt wciągnięto polską flagę.

Dzień Polski przypadł w okresie świętowania tygodnia Złotego Jubileuszu, czyli 50. rocznicy powstania Zjednoczonych Emiratów Arabskich. Zwieńczył go wieczorny koncert muzyki polskiej. Innym dużym wydarzeniem gospodarczym, zorganizowanym w marcu, było Polsko-Afrykańskie Forum Gospodarcze (w więcej na kolejnych stronach).

Na EXPO prezentowały się również regiony: podlaskie, łódzkie, dolnośląskie, lubuskie, śląskie, kujawsko-pomorskie, lubelskie, pomorskie i podkarpackie oraz miasto Łódź, które promowało organizację Horticultural EXPO w 2029 r. (Zielone EXPO - ogrodnicze).

## Nowoczesne oblicze kraju

Podczas Expo 2020 Dubai Polska Agencja Inwestycji

i Handlu zorganizowała między innymi 25 lutego serię debat online promujących polską branżę ICT (technologii informacyjnych i produkcji gier).

Polska myśl innowacyjna w światowej branży ICT oraz nowych technologii, rozwiązania sztucznej inteligencji i internet rzeczy w procesach innowacji, znaczenie cyfryzacji dla rozwoju gospodarki i usług publicznych, chmura obliczeniowa i jej rola w budowie centrum finansowego nowej generacji, krajowa produkcja i dystrybucja gier komputerowych - to tylko niektóre zagadnienia, które zostały poruszone w dyskusjach z udziałem polskich i zagranicznych przedsiębiorców oraz naukowców.

Znaczącą rolę Polski w świecie nowych technologii i chmury cyfrowej potwierdza raport „Invest in digital Poland” autorstwa Digital Poland i PAIH, zgodnie z którym nasz kraj jest jednym z 10 najlepszych kierunków na świecie do ulokowania inwestycji w obszarze STEM (nauka, technologia, inżynieria, matematyka). Polska jest również liderem sektora nowoczesnych usług w regionie, zarówno pod względem liczby cen-

## Pięć stref Pawilonu Polski

Inspired by nature - Zainspirowane naturą  
A home for creativity - Dom dla kreatywności  
Spirit of ingenuity - Duch pomysłowości  
Land of plenty - Kraja obfitości  
Landscapes of creativity - Krajobrazy kreatywności

trów badawczo-rozwojowych, jak i zatrudnienia w branży. Ponadto jesteśmy piątą gospodarką w Europie i jedną z 10 na świecie, które w 2020 r. przyciągnęły w obszarze SMART najwięcej inwestycji w projekty typu greenfield, czyli budowane od podstaw - wynika z danych fDi Markets.

Z raportu „The Game Industry of Poland 2021”, opracowanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości i Indie Games Poland (przy współpracy z Ministerstwem Rozwoju i Technologii), wynika, że w 2020 r. przychody krajowej branży gier wyniosły aż 969 mln euro. W ujęciu rok do roku do wzrostu na poziomie blisko 30 proc. Co istotniejsze, tak duży przyrost utrzymuje się już od trzech lat.

W 2020 r. Polska osiągnęła większy eksport gier niż import, a rocznie nad Wisłą jest tworzonych ponad 600 produkcji. Nasz kraj jest już trzecim największym eks-

porterem gier wideo na świecie (roczna wartość eksportu wynosi 1,5 mld dol.), za Japonią (2,7 mld dol.) i Chinami (10 mld dol.).

- Jako Polska mamy bardzo dobre umiejętności w branży ICT. Polskie uczelnie i ośrodki badawcze są światowymi liderami. Naszym atutem są ogromne zasoby utalentowanych absolwentów, kandydatów na programistów - podkreśla Grzegorz Słomkowski, członek zarządu PAIH.

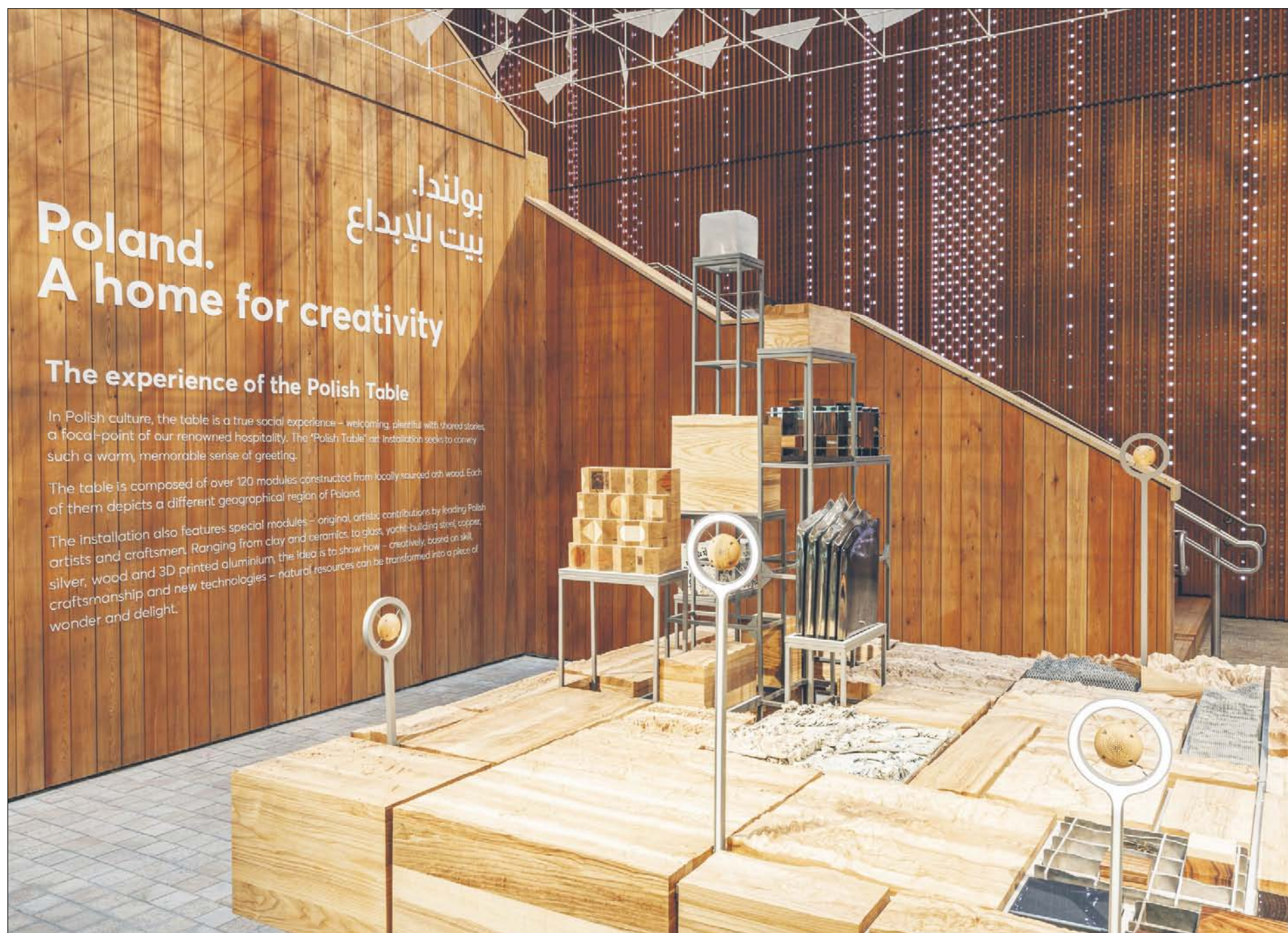
W 2019 r. polski przemysł po raz pierwszy w historii awansował do czołowej piątnastki państw z największą liczbą nowych robotów przemysłowych.

Expo 2020 Dubai było wydarzeniem o charakterze globalnym, które skupia uwagę całego świata. To niepowtarzalna okazja do wykreowania pozytywnego wizerunku Polski. I tak okazja została wykorzystana.

## Polska-Ukraina

EXPO jest wydarzeniem z definicji neutralnym politycznie, niemniej jednak podczas tej edycji nie zabrakło akcentów solidarności z Ukrainą. Na Pawilonie Polski, w centralnym miejscu, na zmianę z tradycyjnie wyświetlaną białą-czerwoną flagą, pojawiał się napis #StandWithUkraine. Popularnie były niebiesko-żółte wstążki i inne symbole, polscy studenci pracujący w pawilonie rozdawali gościom serduszka w barwach narodowych Ukrainy. Szczególnym wydarzeniem były koncerty. Karolina Cicha i Sw@da prezentowali w Dubaju muzykę opartą na tradycyjnych brzmieniach z kultury polskiej, ukraińskiej i białoruskiej.





# Program Partnerski wsparł działania firm

Przedsiębiorcy byli współtwórcami polskiej prezentacji podczas Expo 2020 Dubai.

31 stycznia 2022 r. zakończył się nabór do Programu Partnerskiego, który był kluczową i zarazem jedną z kilkunastu inicjatyw programu gospodarczego Polski na Expo 2020 Dubai. W ramach Programu Partnerskiego nawiązano współpracę z 34 polskimi firmami.

## Prezentacja potencjału

Program Partnerski to unikalne przedsięwzięcie w ramach obecności Polski na Wystawach Światowych, które po raz pierwszy stworzyło polskim przedsiębiorcom tak szerokie możliwości promocji na arenie międzynarodowej. Stanowi impuls do rozwoju biznesu i realizacji planów ekspansji zagranicznej. Na zasadach komercyjnych umożliwia współtworzenie polskiej prezentacji podczas Expo 2020 Dubai – wydarzenia o ogromnym znaczeniu gospodarczym, promocyjnym i wizerunkowym.

– Głównym celem naszej działalności jest to, żeby marka polskich produktów i usług była rozpoznawal-

na na całym świecie. Dokładamy wszelkich starań, aby napływ bezpośrednich inwestycji zwiększał się, a polscy przedsiębiorcy poprzez zdobywanie zagranicznych rynków osiągnęli coraz większe sukcesy. Dlatego tak ważnym elementem misji Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu jest nasz udział w Expo 2020 Dubai, będącym największym wydarzeniem promocyjno-gospodarczym na świecie. Do Programu Partnerskiego zgłosiły się polskie firmy z różnych branż, które chcą rozwijać swoją działalność na rynkach zagranicznych i poszukują nowych kontaktów biznesowych na Bliskim Wschodzie oraz w krajach Afryki Północnej – komentuje Krzysztof Drynda, prezes zarządu Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu.

– Polskie firmy z Programu Partnerskiego od początku naszej obecności na Expo 2020 Dubai biorą czynny udział w budowaniu wielowymiarowej opowieści o Polsce. Są wśród nich zarówno

przedsiębiorstwa z tradycjami i długą historią, jak i przedstawiciele innowacyjnych sektorów gospodarki opartych na nowoczesnych technologiach. Cieszę się, że mamy możliwość budowania historii naszych sukcesów na Expo 2020 Dubai w oparciu na prezentacji potencjału konkretnych firm – podkreśla Adrian Malinowski, komisarz generalny Sekcji Polskiej Expo 2020 Dubai.

Program Partnerski to jeden z elementów wsparcia dla polskich przedsiębiorców w czasie Wystawy Światowej Expo 2020 Dubai. Głównym celem obecności przedstawicieli rodzimych firm było nawiązanie nowych, perspektywicznych kontaktów gospodarczych oraz prezentacja doświadczeń i potencjału w eksporcie produktów i usług.

– Możliwość uczestniczenia w tym międzynarodowym wydarzeniu to dla nas ogromny zaszczyt oraz prestiż. Pragniemy wykończyć ten czas, by zaprezentować się z jak najlepszej

strony, pokazać potencjał, wysoką jakość wyrobów oraz nawiązać nowe kontakty handlowe. Wysoka jakość produktów, długoletnie doświadczenie, ciągła chęć rozwoju, innowacje i chęć współpracy z zagranicznymi odbiorcami stawiają nas w dobrym świetle pod kątem możliwości dalszego rozwoju – mówi Sławomir Chmieleński, właściciel NOVUM.

Firma ta dostarczyła drewniany plac zabaw przed Pawilonem Polski.

## Cztery kategorie

W ramach Programu Partnerskiego przewidziano cztery kategorie Partnerstwa: wyposażenie pawilonu, w tym pomieszczeń biurowych oraz części gastronomicznej; wydarzenia towarzyszące; wydarzenia towarzyszące branżowe; partnerstwo specjalne.

– Od 1 października byliśmy częścią wystawy w Pawilonie Polski na Expo 2020 Dubai. Cieszymy się, że w listopadzie mogliśmy

pojechać tam osobiście i zagrać kilka koncertów, poprowadzić warsztaty muzyczne oraz wystąpić na seminarium EduTech. Sukcesy Musiconu na Expo 2020 Dubai to dla nas dowód, że muzyka łączy ludzi, jest globalnym językiem. Musicon daje każdemu radość z muzykowania już od pierwszego kontaktu z tą twórczą maszyną – mówi Kamil Laszuk, projektant i twórca Musiconu.

Niektóre z firm uczestniczące w Programie Partnerskim, są już obecne na bliskowschodnich rynkach, a możliwość udziału w programie pozytywnie wpływa na ich wizerunek.

– Cieszymy się, że możemy uczestniczyć w największym i najbardziej prestiżowym wydarzeniu wystawienniczym na świecie. W Garden Spot wierzymy, że ogrody wertykalne to coś więcej niż produkt, i mam nadzieję, że udowodnimy to, będąc Partnerem Pawilonu Polski – podkreśla Danuta Garbarek, prezes zarządu Garden Spot Int.

Radosław Mamoń, Zespół Expo 2020 Dubai, PAIH

## Partnerzy Pawilonu Polski

Partnerami Strategicznymi Pawilonu Polski byli: PKN ORLEN, PLL LOT, Bank Gospodarstwa Krajowego BKG Partnerami Pawilonu Polski byli: LUMI CHEM Sp. z o.o., M Sp. z o.o., (MUSICON), LUG LIGHT FACTORY Sp. z o.o., Szkilnik Design Konrad Szkilnik, Skriware Sp. z o.o., NOVUM Sp. z o.o., Barwa System Sp. z o.o., STARGUM Stankiewicz Sp. z o.o., Bogutti Sp. z o.o., Garden Spot Sp. z o.o., Zakłady Porcelany Stołowej „LUBIANA” S.A., Koglass Hurt Import Export Ryszard Kolat, Zakłady Ceramiczne „BOLESŁAWIEC” Sp. z o.o., Manuscriptum Sp. z o.o., REMI s.c. (KORBO), MTM Industries Sp. z o.o., MARLU Sp. z o.o., RUNVIDO Sp. z o.o., MLID Sp. z o.o. (La Tezza), Tiku Tiku Design – Monika Barańska, Glassware Studio s.c., BAROMEDICAL Sp. z o.o., MIRACULUM S.A., Woobiboo Piotr Podbielski, IWONA HUZIOR HUZIOR GALERIA, AVOCADO Pracownia Twórcza – Martyna Lewandowska, Affect Sp. z o.o., Koncept Szwalnica Sp. z o.o., Pracownia OOP Sp. z o.o., POCA&POCA i New Media VR.



# Promocja polskiej kultury, historii i gospodarki

Nasza obecność na Expo miała wiele wymiarów. Z jednej strony chcieliśmy pokazać piękną polską kulturę i historię, z drugiej to, że jesteśmy krajem rozwiniętym technologicznie, a nasze produkty wyróżnia bardzo dobra jakość – mówi Krzysztof Drynda, prezes Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu

**Panie prezesie, podsumujmy obecność Polski na Expo 2020: jakie były cele, jakie są osiągnięcia?**

Przygotowaliśmy bardzo szeroki program, złożyło się na niego ponad 1000 wydarzeń, kulturalnych, sportowych i innych. Zorganizowaliśmy ponad 500 recitali chopinowskich i 19 wystaw czasowych. Nasz pawilon odwiedziło 1,5 mln gości. Natomiast bardzo ważny był dla nas – i na tym się skupię w naszej rozmowie – aspekt gospodarczy. Chcieliśmy wykorzystać obecność na Expo do promocji Polski i naszych firm. W tym 1000 wydarzeń, o którym wspominałem, były również projekty gospodarcze. Najbardziej spektakularnym było Polsko-Arabskie Forum Gospodarcze, które odbyło się w grudniu i w którym wzięło udział ponad 700 uczestników. Na zakończenie Expo przygotowaliśmy Polsko-Afrykańskie Forum Gospodarcze, w którym uczestniczyło blisko 300 gości. Chcieliśmy wykorzystać pobyt w Dubaju na nowe otwarcie dla Afryki. Pierwszy raz przedstawiciele tego kontynentu tak licznie byli obecni na wystawie światowej.

Nasza obecność na Expo miała wiele wymiarów. Z jednej strony chcieliśmy pokazać piękną polską kulturę i historię, z drugiej to, że jesteśmy krajem rozwiniętym technologicznie, a nasze produkty wyróżnia bardzo dobra jakość. To istotne szczególnie pod kątem rynków bliskowschodnich i lokowania na nich towarów z wyższej półki.

**W jakich branżach są najlepsze perspektywy na rozwój, co pokazało Expo?**

W nowej strategii Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu, którą przyjęliśmy w grudniu 2021 r., po analizie sytuacji geopolitycznej i potencjału poszczególnych rynków, postawiliśmy bardzo mocno na kraje Bliskiego Wschodu i Afryki. Z jednej strony obserwujemy, jak szybko rozwijają się te pierwsze, z drugiej – jak olbrzymi potencjał tkwi w tych drugich. W Polsce mierzymy się z pewnym wyzwaniem. O ile w tym trudnym pandemicznym czasie notujemy bardzo duże wzrosty polskiego eksportu, bo to jest 18 proc. rocznie, o tyle ciągle dzieje

się to z udziałem niewielkiej liczby firm. Chcemy, aby liczba eksporterów rosła. Dlatego w ramach naszej nowej strategii będziemy prowadzić działania zachęcające do ekspansji te firmy, które jeszcze nie są obecne na rynkach zagranicznych. Polski eksport jest bardzo dobrze zdywersyfikowany, jeśli chodzi o branże. Mamy mocną pozycję w sektorze rolno-spożywczym, jesteśmy największym producentem samochodów elektrycznych w Europie itd. Natomiast problemem jest dywersyfikacja geograficzna. Jesteśmy bardzo mocno skoncentrowani na Europie.

**Co możemy zdziałać w Afryce?**

Zdiagnozowaliśmy pięć głównych obszarów i tak właśnie było ułożone Polsko-Afrykańskie Forum Ekonomiczne. Pierwszym jest ewolucja łańcucha wartości żywności. W krajach afrykańskich jest olbrzymi potencjał i zainteresowanie sektorem rolno-spożywczym, nie tylko samymi produktami przetworzonymi. Afrykanie interesują się bardzo mocno technologią żywności, przetwarzaniem, magazynowaniem, maszynami do uprawy, idąc w kierunku automatyzacji produkcji rolnej, zbierania informacji, digitalizacji.

Drugi to transport i infrastruktura, przedsięwzięcia związane z budową dróg, kolei, tworzeniem nowoczesnego transportu publicznego i z zupełnie podstawowymi potrzebami jak elektryfikacja poszczególnych obszarów Afryki czy umożliwianie dostępu do wody pitnej. W Afryce jest bardzo wiele dużych, rządowych projektów infrastrukturalnych i będą kolejne. Szkoda, abyśmy jako Polska w nich nie uczestniczyli, tym bardziej że historycznie mamy w Afryce bardzo dobry PR. Tam ciągle się pamięta polskich budowniczych dróg.

Trzeci temat to transformacja energetyczna, ważna w Europie, ale nie tylko. Gdy rozmawiamy z przedstawicielami rządów afrykańskich czy korpusem dyplomatycznym Afryki w Polsce, to oni bardzo często podkreślają kwestie związane z odnawialnymi źródłami energii. Efektywność tego typu instalacji na tym kon-



Będziemy prowadzić działania zachęcające do ekspansji te firmy, które jeszcze nie są obecne na rynkach zagranicznych.

tyncie jest bardzo duża, nie trzeba budować wielkich sieci energetycznych. Zielona energia zdecydowanie budzi duże zainteresowanie.

Czwarta kwestia to przyszłość zdrowia. Dwa obszary są tu dominujące: pierwszy jest budowa szpitali modułowych, drugi, wszelkiego rodzaju tematy związane z telemedycyną, polskie firmy mają już w tej dziedzinie swoją markę na świecie.

Trzeba przy tym pamiętać o wsparciu finansowym. Dysponujemy szerokim wachlarzem instrumentów, jesteśmy w stanie zaproponować finansowanie do różnego rodzaju projektów. Polscy przedsiębiorcy czasami nie zdają sobie nawet

z tego sprawy. Chcemy pokazywać polskiej stronie możliwości, a afrykańska w zasadzie wymaga tego, aby razem z projektem prezentować jego finansowanie.

Afryka to 54 kraje, bardzo zróżnicowany kontynent, nie można generalizować, ale chcemy odczarować, pokonać stereotypy.

**Te potrzeby krajów afrykańskich spotykają się z polskimi możliwościami i kompetencjami.**

Polska Agencja Inwestycji i Handlu ma pięć biur w Afryce. Jesteśmy w Egipcie, Maroku, Nigerii, Kenii i w Republice Południowej Afryki. Przy czym nasz zasięg działania jest szerszy, na przykład biuro w Nige-

rii odpowiada również za Algierę, w Kenii za Ruandę itd. Jesteśmy i wspieramy polskich przedsiębiorców. Afryka chce rozwijać relacje z nami.

Mamy jeszcze „soft power”. Wbrew pozorom w Afryce jest bardzo wiele osób na eksponowanych stanowiskach, które mają sentyment do Polski z czasów studenckich. Na przykład poznałem ministra finansów Ruandy, który mówi biegle po polsku. To efekt studiów, jak sam mówi „mówi macie Polaka w rządzie Ruandy”.

Chcę dodać jeszcze jedną rzecz, nawiązując do najbardziej aktualnych wydarzeń. Zderzamy się dzisiaj z dramatem inwazji na Ukrainę i jej konsekwencjami

gospodarczymi. Ukraina i Rosja należą do dużych dostawców surowców, to główni światowi producenci zbóż. To co się dzieje, wpływa w tym kontekście na Europę i Afrykę. Ktoś musi zapełnić tę lukę, nie ma innego wyjścia, i może to być Polska. Poza tym wiele polskich firm cierpi, nie mogąc na Wschodzie prowadzić biznesu z powodu wojny i sankcji, i zadają sobie pytanie, co dalej. Trzeba szukać nowych rynków zbytu, nowych możliwości. Jak mówią polscy przedsiębiorcy, jeśli ktoś prowadził biznes na Zachodzie, to czasem może mu być trudno w Afryce. Szybciej może się odnaleźć ktoś, kto prowadził biznes na Wschodzie.



# Polska i Afryka wracają do dobrych tradycji współpracy

Polsko-Afrykańskie Forum Gospodarcze nie pozostawiło wątpliwości: jest olbrzymi potencjał rozwoju współpracy. Dotyczy to między innymi sektora rolno-spożywczego, budowy infrastruktury i ochrony zdrowia

Afryka to obecnie jeden z najbardziej perspektywicznych rynków świata. Drugie miejsce pod względem powierzchni i liczby populacji oraz szybko rosnący przyrost naturalny sprawiają, że z roku na rok państwa afrykańskie zyskują na znaczeniu. Obecnie kontynent zamieszkuje ponad 1,2 mld ludzi. Według ONZ do 2050 r. liczba ta wzrośnie do 2,5 mld.

Polsko-Afrykańskie Forum Gospodarcze, zorganizowane 28 marca, było kolejną ważną inicjatywą o charakterze biznesowym odbywającą się podczas Expo 2020 Dubaj. Stworzyło okazję do nawiązania kontaktów z partnerami handlowymi z krajów Afryki i regionu Bliskiego Wschodu. W trakcie tego wydarzenia odbyły się panele dyskusyjne dotyczące branży spożywczej, transportu i infrastruktury, zielonych technologii oraz przyszłości opieki zdrowotnej i no-

wych technologii stosowanych w medycynie.

- Dzisiejsze forum jest jednym z najważniejszych wydarzeń w ramach polskiej obecności na Światowej Wystawie Expo 2020, wieńczącym w pewnym sensie nasze zaangażowanie podczas wystawy. Dla polskiego rządu Expo jest jednym z priorytetów polityki gospodarczej na rzecz promocji eksportu i inwestycji. To że z naszymi afrykańskimi przyjaciółmi spotykamy się w tym czasie i miejscu, ma nie tylko znaczenie praktyczne, ale również symboliczne. Expo gromadzi przedstawicieli całego świata w jednym miejscu, ale leży również niejako w połowie drogi między Polską i kontynentem afrykańskim - powiedział otwierając Forum Grzegorz Piechowiak, sekretarz stanu w Ministerstwie Rozwoju i Technologii.

W Polsko-Afrykańskim Forum Gospodarcze wzięli

udział przedsiębiorcy, eksperci i decydenci. Na forum zgłosili się przedsiębiorcy z 28 krajów, w tym z 21 państw afrykańskich.

## Polityczne zielone światło

Forum otworzyła dyskusja plenarna.

- Postrzegamy kontynent afrykański jako obszar perspektywiczny, gdzie cenione na europejskich rynkach ze względu na swoją jakość polskie produkty z takich branż jak rolno-spożywcza, agrotech, elektromaszynowa, sektor farmaceutyczny i sprzętu medycznego, motoryzacyjny, branża IT/ICT, a także sektor energetyczny i wydobywczy, mogą być konkurencyjne. Szacujemy polski potencjał eksportowy do Afryki na 200 mld dol., to jest 60-krotnie więcej niż obecnie. Widzimy też rosnące zainteresowanie polskich przedsiębiorców Afryką oraz Polską ze strony partnerów

afrykańskich, którzy poszukują dywersyfikacji własnych kontaktów gospodarczych - powiedział na wstępie Grzegorz Piechowiak.

- Polsce bardzo zależy na współpracy z wszystkimi państwami afrykańskimi - mówił Lech Kolakowski, sekretarz stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi, podkreślając znaczenie kwestii bezpieczeństwa żywności.

- Polska ma możliwość zaoferowania wielu programów dla państw afrykańskich. Chciałbym, aby nawiązanie relacji sprzyjało rozwojowi naszych partnerów. Składamy ofertę współpracy - zadeklarował.

Przypomniał, że Polska jako członek Unii Europejskiej stwarza ważną możliwość, aby produkty rolne wytwarzane w państwach afrykańskich mogły docierać na rynek unijny z ponad 500 mln konsumentów.

- Wzajemne relacje są potrzebne i Polsce, i krajom afrykańskim - podsumował Lech Kolakowski.

W podobnym tonie wypowiedzieli się przedstawiciele kontynentu afrykańskiego

- Podczas dzisiejszej konferencji jest obecna bardzo duża reprezentacja Nigerii, co odzwierciedla naszą chęć do nawiązywania relacji gospodarczych z Polską. Dojrzeliśmy do zrozumienia, że nie chcemy już prowadzić tylko jednostronnej wymiany handlowej, nie chcemy tylko eksportować surowców naturalnych. Zapraszamy partnerów polskich do Nigerii, do przyjrzenia się przetwórstwu żywności - nawiązując do tego, o czym przed chwilą mówił pan sekretarz stanu z ministerstwa rolnictwa. W sektorze rolnictwa jest dużo możliwości współpracy - mówił Olamilekan Adegbita, minister rozwoju górnictwa i stali Nigerii.

Nawiązując natomiast do surowców, dodawał, że krajowi zależy, aby rozwijało się w nim przetwórstwo przemysłowe. - Jest tutaj olbrzymia przestrzeń - podkreślił. - Warto zwrócić uwagę na Nigerię jako cel inwestycji w Afryce. W Nigerii mieszka ok. 200 mln osób, co daje potencjał o rozmiarze gospodarki - mówił Abubakar Malami, prokurator generalny i minister sprawiedliwości Nigerii.

Podkreślał on zmiany, do jakich doszło w tym kraju w ostatnich latach. Jak wskazywał, działania rządu uplasowały Nigerię wśród 10 najbardziej dynamicznie rozwijających się i ułatwia-

jących inwestowanie krajów świata.

- Przeprowadzono liczne reformy - podkreślił minister Malami. Dało to krajowi 34. miejsce na liście Banku Światowego miejsc, w których najłatwiej prowadzi się działalność gospodarczą.

Krzysztof Drynda, prezes Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu, zwrócił uwagę, że na razie wartość samej wymiany handlowej nie jest imponująca, w 2021 r. sięgnęła według szacunków ok. 8 mld dol., ale znamienne jest to, że w porównaniu z 2020 r. wzrosła o 30 proc.

- Na naszym kontynencie są ogromne szanse. Zamieszkują go w ponad 60 proc. ludzie młodzi. Koncentrujemy się na rolnictwie, a Polska ma ogromną wiedzę ekspercką w tym obszarze. Stworzyliśmy wolny obszar handlu, to wspiera biznes - wyliczał Jacques Mukwende, dyrektor African Union Commission.

Podkreślił również możliwości współpracy w sektorze zdrowia i związane z transformacją cyfrową.

- Jestem przekonany, że tu Polska może odgrywać dużą rolę na kontynencie afrykańskim - mówił Jacques Mukwende.

Beata Daszyńska-Muzyczka, prezes Banku Gospodarstwa Krajowego, mówiła o zmianach na świecie, które są konsekwencją kryzysów, pandemicznego i wojny na Ukrainie.

- Nadszedł czas, aby zdecydować, jak znaleźć nowe szanse i modele biznesowe w naszych relacjach. Musimy być otwarci na nowe sposoby współpracy, lepiej się poznać i budować zaufanie, rozwijać współpracę biznesową. BCK wspiera prace z wieloma krajami i eksporterami, którzy szukają nowych sposobów działania - mówiła prezes Daszyńska-Muzyczka.

Wśród perspektywicznych obszarów wymieniała m.in. żywność, artykuły FMCG, nowe technologie.

- Afryka to młode społeczeństwa, które chcą budować lepszy świat, lepszą przyszłość i przygotować się na współpracę na arenie globalnej - komentowała prezes BCK.

## Perspektywiczne obszary

Tematem pierwszego panelu dyskusyjnego była „Ewolucja łańcucha wartości żywności w Afryce w nadchodzącej dekadzie”. Rozmawiano o bezpieczeństwie żywnościowym, sposobach



jego zapewniania w krajach afrykańskich oraz wyzwaniach, jakie stoją przed branżą. Polska zaprezentowała się jako jeden z głównych producentów i eksporterów produktów spożywczych w Unii Europejskiej - eksportujący produkty do ponad 192 krajów o łącznej wartości ponad 32 mld euro rocznie. Panel był okazją do podkreślenia tych sukcesów oraz zwrócenia uwagi na coraz powszechniej stosowane przez polskie firmy innowacje biotechnologiczne. W kontekście żywności poruszono w dyskusji wątek zmian społecznych i demograficznych w Afryce, które oznaczają duże zapotrzebowanie na produkty rolno-spożywcze.

- Żeby przyspieszyć transfer technologii, jesteśmy gotowi dokonać dużych inwestycji w bardziej zmechanizowane, zautomatyzowane procesy, żeby wspomóc naszych rolników, aby ta produkcja rolna mogła być bardziej wydajna. W ten sposób będziemy mogli poprawiać łańcuch żywności - mówił Sumaila Abdul-Rahman, prezes Nor-

## Perspektywiczne Maroko

Wymiana handlowa Polski z Marokiem dynamicznie się rozwija i w ostatnich dwóch latach praktycznie się podwoiła, by osiągnąć w 2021 r. poziom 5,82 mld zł. Maroko stało się tym samym pierwszym partnerem handlowym Polski w Afryce. Bilans handlowy dla Polski jest ujemny, ale nasz eksport szybko wzrasta, z 1,44 mld zł w 2019 r. do 2,48 mld zł w 2021 r. (dane GUS)

Warto zaznaczyć, że w pierwszym roku pandemii eksport towarów do Maroka z obszaru Unii Europejskiej spadł, natomiast Polska wykorzystała swoją szansę, skutecznie docierając ze swoją ofertą handlową.

Geograficzne położenie Maroko sprzyja rozwojowi kontaktów handlowych. Znakończona infrastruktura portowa i sukcesywne znoszenie barier administracyjnych gwarantują stały przyrost wolumenu towarów. Maroko posiada umowę o wolnym handlu z Unią Europejską, z której korzysta również Polska. Pochodzenie europejskie jest istotną przewagą konkurencyjną, na przykład w porównaniu z towarem z Chin obłożonymi 40-proc. cłem. Towary pochodzenia polskiego są w Maroku cenione, a polska oferta jest doskonałym kompromisem ceny do jakości.

Utrudnienia logistyczne związane z pandemią, które spowodowały skokowy wzrost cen transportu międzynarodowego, stanowią dodatkowy atut dla polskich podmiotów względem importu z Azji. Maroko jest bardzo otwarte na optymalizację zakupów i zmianę tradycyjnych źródeł importu. Sektor rolno-spożywczy to istotny komponent wymiany handlowej i wciąż tutaj widzimy duży potencjał dla wzrostu. Nasze biuro współpracuje z wieloma dystrybutorami FMCG, by kolejne polskie marki pojawiły się na półkach marokańskich marketów.

Oferta świeżych warzyw i owoców jest komplementarna ze względu na specyfikę

i różne okresy wegetacji; do Maroka eksportujemy jabłka, importujemy cytrusy, pomidory czy kalafiora.

Panująca od kilku lat susza w Maroku spowodowała w 2020 r. zniesienie kontyngentów na zboże, co przełożyło się na jego skokowy wzrost. Od tego czasu polski eksport w tym zakresie osiągnął wartość 616 mln zł.

Maroko w ostatniej dekadzie stało się ważnym afrykańskim uczestnikiem rynku automotive. W Maroku produkuje się około pół miliona samochodów rocznie, a równoległe do tego produkcję uruchamia dziesiątki podwykonawców w specjalnie stworzonych strefach przemysłowych. Polska jest w Maroku obecna w obszarze wyposażenia zakładów i transferu technologii.

Maroko jest również prężnym regionalnym hubem finansowym. Casa Finance City przyciąga wiele instytucji finansowych, a marokańskie banki jak Bank of Africa czy Attijariwafa wciąż umacniają swoją pozycję nie tylko w kraju, ale również na całym kontynencie afrykańskim. Polskie rozwiązania fintech mają duży potencjał i już kilka projektów z tego sektora zostało w Maroku zrealizowanych.

Polskie meble, kosmetyki, materiały budowlane, maszyny i urządzenia zdobywają coraz większą popularność w Maroku. Jesteśmy jednak przekonani, że potencjał polskiej oferty jest jeszcze w dużym stopniu niewykorzystany. Obawy przed eksportem pozaeuropejskim, bariery językowe czy kulturowe są hamulcami ekspansji polskiego eksportu. Polska Agencja Inwestycji i Handlu i Zagraniczne Biura Handlowe pomagają do dyspozycji polskich firm, by wspomniane bariery zniósł, pomagać w wyszukaniu kontrahentów czy zabezpieczyć transakcje handlowe.

Maciej Klószak i Jan Bochniak  
Zagraniczne Biuro Handlowe PAIH  
Casablanca, Maroko



## Polish-African Economic Forum

### Opening debate

Moderator: Red. Jacek Pochłopiń

- Grzegorz Piechowiak – Secretary of State, Government Plenipotentiary for Foreign Investments, Ministry of Economic Development and Technology, Poland
- Lech Antoni Kolakowski – Secretary of State, Ministry of Agriculture and Rural Development, Poland
- H.E. Min. Arc. Olamilekan Adegbite – Federal Ministry of Mines and Steel Development, Nigeria
- Abubakar Malami – Honourable Attorney-General of the Federation and Minister of Justice of Nigeria,
- Krzysztof Drynda – President of the Board, Polish Investment and Trade Agency, Poland
- Beata Daszyńska-Muzyczka – President of the Management Board of Polish Development Bank BGK
- Mr Jacques Mukwende – Acting Director of Partnership Management and Resource Mobilisation of the African Union Commission



## Polish-African Economic Forum

### Panel: Green Africa: an inclusive & sustainable future



**KUKE**  
Grow YOUR business with KUKE  
Working with the Polish export credit agency to finance your investments and to secure the trade in 200 countries.



thern Development Authority z Ghany.

W ramach dyskusji na temat transportu i infrastruktury w Afryce mowa była o postępującej urbanizacji

na tym kontynencie oraz realizowanych i planowanych inwestycjach. Ważnym wątkiem była polska oferta wychodząca naprzeciw tym potrzebom.

– Afryka coraz silniej współpracuje, jest coraz lepiej połączona, coraz więcej podmiotów działa na jej rynku. Do tego potrzebna jest infrastruktura i trans-

port – wskazywała dr Anna Masłoń-Oracz, pełnomocnik rektora Szkoły Głównej Handlowej ds. Afryki.

Tematem kolejnej dyskusji była „Zielona Afryka: in-

## Cenne webinary

Dla polskich firm okazją do zapoznania się ze specyfiką funkcjonowania na rynkach afrykańskich były webinaria gospodarcze zorganizowane przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu. W ramach tych wydarzeń przedsiębiorcy mogli dowiedzieć się, jak wyeksportować i promować swój produkt lub usługę na nowych rynkach – Nigerii, RPA i Kenii. Poznali też kanały dystrybucji i uwarunkowania logistyczne, a także pozyskali niezbędną wiedzę na temat budowania trwałych relacji biznesowych.

kluczowa i zrównoważona przyszłość”, w tym odnawialne źródła energii, wyzwania, ochrona środowiska, zrównoważona gospodarka. Uczestniczące w niej przedstawicielki PKN Orlen dzieliły się doświadczeniami związanymi z budową koncernu multienergetycznego, dążącego do osiągnięcia neutralności emisyjnej w 2050 r. Ważnym wątkiem są tu prace dotyczące szerszego wykorzystania zero- czy też niskoemisyjnego wodoru. PKN Orlen realizuje szeroką zakrojoną strategię w tym zakresie.

W trakcie panelu o przyszłości zdrowia poruszono tematy związane z nowymi technologiami rewolucjonizującymi branżę sprzętu i opieki medycznej. Polscy przedsiębiorcy intensywnie promują swoje rozwiązania stosowane w ochronie zdrowia – od sprzętu rehabilitacyjnego, przez urządzenia diagnostyczne, aż po narzędzia medyczne. Panel dyskusyjny był też okazją do przypomnienia, że polski sektor medyczny ma ogromną renomę na rynkach zagranicznych, przede wszystkim w krajach UE oraz USA, Japonii, Australii, Meksyku i RPA.

– Jesteśmy w zasadzie jedyną polską firmą, która zdecydowała się zainwestować w Afryce w sieć ośrodków medycznych. Szukamy możliwości rozwoju w innych krajach afrykańskich – opowiadał Leszek Biały, dyrektor Medincus Medical Centre w Dakarze, stolicy Senegalu.

Podkreślał, że trzeba pamiętać, iż w Afryce są bardzo różne kraje, ze swoimi mocnymi i słabymi stronami.

– Senegal to jest taki hub medyczny w regionie, jest tam uniwersytet medyczny, choć są też kraje znacznie bardziej zaawansowane, na przykład Maroko, Tunezja czy Egipt. Kiedy mówimy o inwestycjach, o transferze technologii to pamiętajmy, że w każdym kraju obowiązują określone przepisy. Dlatego trzeba poszukiwać partnerów, na przykład lokalnych lekarzy. Na drodze staje wiele barier, nie zawsze oczywistych – mówił Leszek Biały.

Radzi on dobrze przeanalizować szanse powodzenia i szukać partnerów, którzy otworzą drzwi. To może trwać miesiące, a nawet lata.

– Senegal na pewno będzie ważnym krajem Afryki Zachodniej – prognozował Leszek Biały.

### Wsparcie finansowe

Drugą dyskusję plenarną poświęcono instrumentom wsparcia finansowego, oferowanym przedsiębiorcom zainteresowanym rozwijaniem współpracy.

– Idziemy za biznesem, aby zabezpieczyć działania handlowe. Jesteśmy elastyczni. Na przykład w 2021 r. KUKE podpisało porozumienie o współ-

pracy z Islamską Korporacją Ubezpieczeń Inwestycji i Kredytów Eksportowych (ICIEC), do której należą Mali i Wybrzeże Kości Słoniowej, by wspólnie uczestniczyć w projektach eksportowych i inwestycyjnych polskich przedsiębiorców w tym regionie – mówił Janusz Władczak, prezes KUKE.

W kontekście rozwoju współpracy polsko-afrykańskiej zaprezentował on nowe rozwiązanie „Shop in Poland”. Łączy ono firmy afrykańskie i polskie. KUKE we współpracy z innymi instytucjami działającymi w grupie PFR, jak PAIH czy BGK, szuka projektów na całym kontynencie, które mogą być w ten sposób realizowane. W 2021 r. KUKE wraz z duńską agencją kredytów eksportowych EKF ubezpieczyła kredyt na kwotę 159 mln euro zaaranżowany przez brytyjski bank Standard Chartered na modernizację oddziałów położniczych w 62 szpitalach Wybrzeża Kości Słoniowej. Projekt będzie realizowany przez spółkę GCSS Support Services DMCC, jednego z największych wykonawców tego typu przedsięwzięć na Bliskim Wschodzie i w Afryce. Obejmuje on modernizację m.in. systemów elektrycznych, teleinformatycznych, wodno-kanalizacyjnych oraz instalację rozwiązań przeciwpożarowych na oddziałach położniczych. Wśród firm realizujących te prace będą również polskie podmioty. Wartość polskiej części kontraktu eksportowego wynosi 46,5 mln euro.

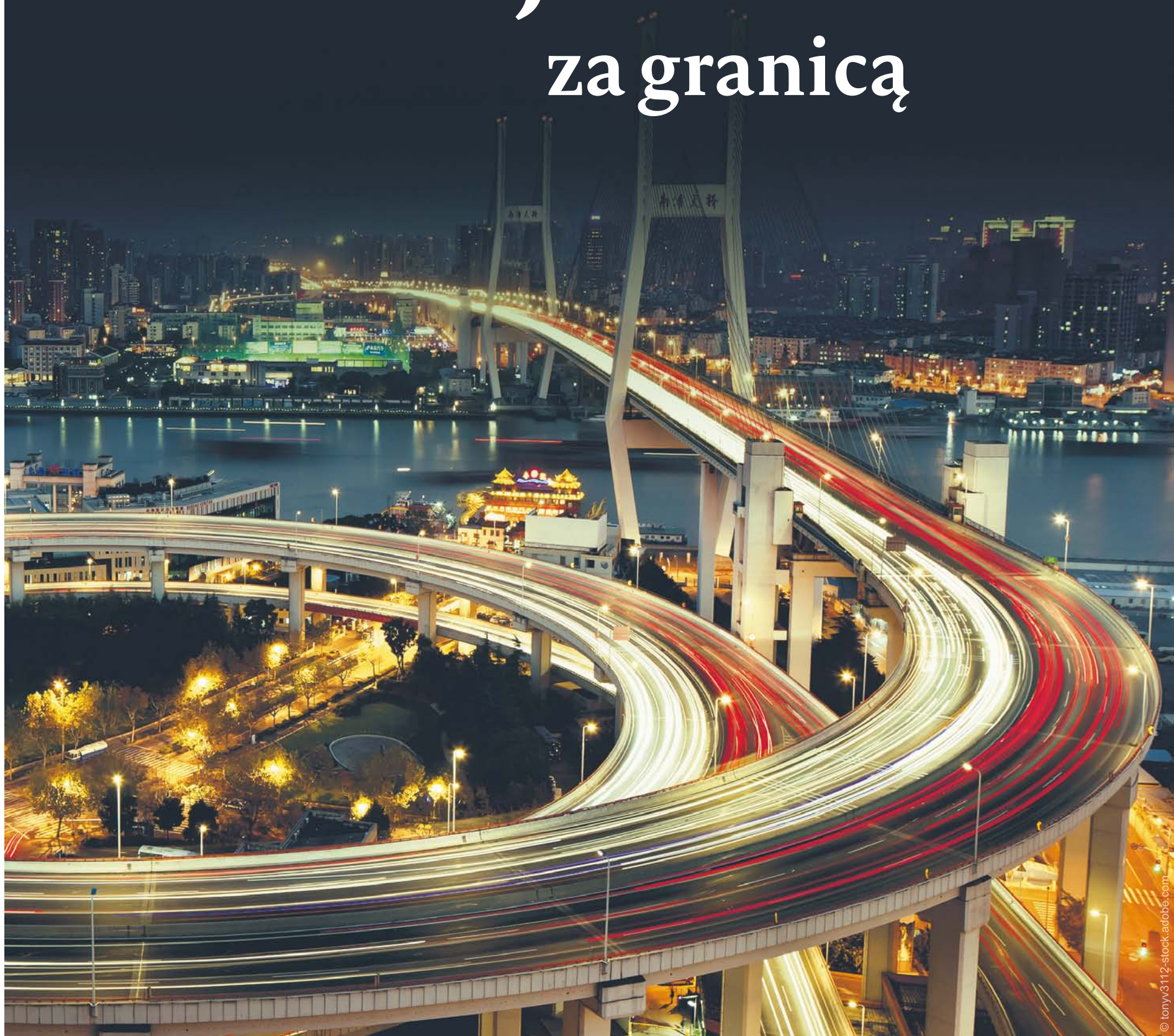
W 2021 r. KUKE ubezpieczyła kolejny już kontrakt Wieltonu w Afryce. Tym razem chodziło o eksport do Mali oraz Wybrzeża Kości Słoniowej. Łączna wartość dwóch kontraktów wyniosła 3,3 mln euro. Uzyskanie ochrony ze strony KUKE zdejmuje z polskiego eksportera ryzyko braku płatności, a dodatkowo, gdyby chciał on wzmocnić swą płynność finansową, może ubezpieczone należności sprzedać przed terminem i otrzymać gotówkę. Największy w Polsce i jeden z dziesięciu wiodących w Europie, producent i sprzedawca naczepek, przyczep i zabudów na samochody ciężarowe, postanowił dostarczać Afryce zaawansowane rozwiązania technologiczne, zmieniające przemysł transportowy.

W krajach afrykańskich działa m.in. polski Izodom, oferujący energooszczędne domy. Pochwalić się może 25-letnim doświadczeniem na rynku, a także systemem zapewnianym nawet do 70 proc. oszczędności na kosztach ogrzewania. Sukcesy w Kenii natomiast odnosi firma Fogo. Jeden z największych polskich producentów agregatów prądotwórczych. Ma on także w swojej ofercie motopompy, dmuchawy czy panele fotowoltaiczne.



[www.paih.gov.pl](http://www.paih.gov.pl)

# Wspieramy Twój biznes za granicą



 **PAIH**  
Grupa PFR

eksport

inwestycje

partnerstwo