

Valkea Media S.A.
ul. Elbląska 15/17
01-747 Warszawa

Informacja prasowa

Warszawa, 14 września 2010 r.

Inwestorzy zagraniczni zadowoleni z inwestycji w Polsce

13 września 2010 tygodnik Warsaw Business Journal (WBJ) oraz PAIiIZ zorganizowały konferencję prasową oraz dwa panele tematyczne pod wspólną nazwą „Investing in Poland 2011”.

Okazją do spotkania było wydanie przez WBJ kolejnej edycji publikacji „Investing in Poland”. Tegoroczna edycja powstała we współpracy z PAIiIZ oraz sześcioma najbardziej aktywnym izbami bilateralnymi w Polsce. „Investing in Poland 2011” zawiera m.in. dane makroekonomiczne, prezentacje poszczególnych województw, specjalnych stref ekonomicznych oraz parków technologicznych.

W zeszłorocznej edycji "Investing in Poland" postawiliśmy tezę, że Polska jest na rozdrożu. Po roku możemy śmiało powiedzieć, że Polska jest na właściwej drodze - tymi słowami rozpoczął konferencję Blake Berry, z-ca redaktora naczelnego tygodnika Warsaw Business Journal. Głównymi tematami spotkania były kwestie klimatu inwestycyjnego w Polsce, zalety polskiej gospodarki z perspektywy zagranicznego inwestora oraz bariery w prowadzeniu działalności gospodarczej.

Przedstawiciele bilateralnych izb handlowych - amerykańskiej, brytyjskiej, francuskiej, holenderskiej, niemieckiej i skandynawskiej, wyrazili zadowolenie z klimatu inwestycyjnego w Polsce. Lars Bosse z Polsko-Niemieckiej Izby Przemysłowo-Handlowej oraz Judith Y.Gliniecki z Amerykańskiej Izby Handlowej przytoczyli wyniki ankiet przeprowadzonych wśród swoich członków, z których wynika, że 92% niemieckich przedsiębiorców oraz 85% amerykańskich, mając możliwość wyboru, zainwestowałoby w naszym kraju ponownie. Uczestnicy panelu podkreślili też, że znaczna część nowych BIZ w Polsce to reinwestycje, co pokazuje, że przedsiębiorcy, którzy poznali Polskę czują się w kraju dobrze i tutaj właśnie inwestują swoje zyski.

Za najważniejsze czynniki świadczące o atrakcyjności inwestycyjnej Polski paneliści uznali: stabilność makroekonomiczną, relatywnie niską relację kosztów pracy względem jej wydajności oraz dostęp do funduszy europejskich, który umożliwia szybki rozwój infrastruktury. Do najważniejszych barier dla zagranicznych inwestycji zaliczyli natomiast: infrastrukturę, skomplikowany i mało przejrzysty system podatkowy, często zmieniające się prawo, jakość systemu sądowego oraz rozbudowaną biurokrację. Lars Bosse z Polsko-Niemieckiej Izby Przemysłowo-Handlowej zwrócił uwagę na konieczność rozwoju systemu kształcenia pracowników technicznych niższego szczebla. *Jeśli wszyscy Polacy będą chcieli studiować, będziemy mieć problem!* - skomentował. Wysoki procent wyspecjalizowanych pracowników stanowi w chwili obecnej jeden z największych atutów biznesowych Polski. Według Judith Y. Gliniecki, partnera kancelarii Wierzbowski Eversheds, rozbudowana biurokracja przysparza przedsiębiorcom trudności już na etapie założenia firmy, choć w wielu przypadkach – jak dodaje - to najtrudniejszy etap. W Polsce łatwiej niż w Czechach przekształcić firmę, lepsze też w porównaniu do Niemiec czy Francji są kwestie pracy.

/zdjęcie Investing in Poland 2011 Konferencja Prasowa/



Od lewej: Blake Berry, Warsaw Business Journal; Monika Constant, Francuska Izba Przemysłowo-Handlowa; Peter Taero Nielsen, Skandynawsko-Polska Izba Gospodarcza; Remco van der Kroft, Niderlandzko-Polska Izba Gospodarcza; Martin Oxley, Brytyjsko-Polska Izba Handlowa; Robert Seges, PAIiIZ; Adam Żołnowski, PricewaterhouseCoopers; Lars Bosse, Polsko-Niemiecka Izby Przemysłowo-Handlowa i Judith Y.Gliniecki, Amerykańska Izba Handlowa.

Podczas panelu *“Reeling them in - how are cities and regions reaching out to investors”* reprezentanci PAIiIZ, PwC, administracji lokalnej oraz SSE omawiali sposoby prezentacji potencjału gospodarczego Polski. Uczestnicy rozmawiali o wzmocnieniu promocji Polski na świecie oraz dostosowaniu przekazu informacyjnego i promocyjnego do profilu odbiorcy. Uczestnicy panelu zgodnie przyznali, że najsukuteczniejszym sposobem dotarcia do nowych inwestorów jest specjalizacja ofert inwestycyjnych w obrębie konkretnych branż. Przedstawiciele samorządów z regionu warszawskiego, szczecińskiego, małopolskiego oraz lubelskiego podali przykłady sprawnej konsolidacji wysiłków lokalnych podmiotów odpowiadających za promocję regionu oraz przykłady nowoczesnego zastosowania narzędzi efektywnego dostarczania i aktualizacji informacji przygotowanych z myślą o inwestorach, na które fundusze regiony mogą pozyskać ze środków europejskich. *W Polsce wciąż panuje gminocentryzm – podkreślił Dawid Jarosz, Dyrektor Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego. - Zdarza się, że inwestor jest przyjmowany w regionie przez 30 osób reprezentujących cztery różne instytucje, posługujących się różnymi prezentacjami i danymi, dotyczącymi regionu. Pierwszym krokiem jest zaangażowanie wszystkich podmiotów próbujących „złowić” inwestora pod wspólną marką – dodał.*



/zdjęcie Investing in Poland 2011 Panel 1/

Od lewej: Blake Berry, Warsaw Business Journal; Jarosław Kochaniak, Wiceprezydenta m.st. Warszawy; Bartosz Sobotka, Biuro - Obsługi Inwestora Miasta Lublin, Marek Cieślak - Specjalna Strefa Ekonomiczna Łódź, Robert Seges - PAIiZ, Tomasz Banach - Wydział Rozwoju Miasta Szczecin, Dawid Jarosz - Wydział Obsługi Inwestora w Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego, Grzegorz Kurek - Burmistrz Mszczonowa.
Panel „Reeling them in - how are cities and regions reaching out to investors?”

Uczestnicy drugiego panelu „Change in the air - how are investments in Poland evolving?” poruszyli kwestię wzrostu liczby BIZ w sektorach opartych na wiedzy i systematyczne odchodzenie od kojarzenia Polski jedynie z projektami z sektorów produkcyjnych. „Gwałtowny wzrost liczby studentów obserwowany w Polsce w ostatnich latach stanowi fundament tego procesu. Nie zapominajmy też, że mamy około 100 tysięcy naukowców” - powiedział Robert Seges kierownik Wydziału Usług Departamentu Inwestycji Zagranicznych PAIiZ. Dyrektor Generalna IBM, Anna Sieńko omawiając inwestycje koncernu w Krakowie i Wrocławiu podkreśliła, że Polska jest krajem, w którym koncern znalazł pracowników świetnie znających kilka języków obcych, dzięki czemu jeden pracownik jest w stanie świadczyć usługi firmom w kilku krajach na świecie. Koncern nie poprzestaje na wykorzystywaniu już istniejącego potencjału, lecz chce go rozwijać poprzez organizację specjalnych programów szkoleniowych dla studentów. „W tym roku w naszym programie szkoły letniej wzięło udział 500 studentów z Wrocławia. Podpisujemy już umowy z uniwersytetami z trzech następnych miast” - dodała Anna Sieńko. Omawiano również szanse stworzenia innowacyjnych produktów w Polsce. „Przysłowiowe „Nokie” rozsiane są po Polsce. Musimy tylko pomóc im wyrosnąć. Istotną rolę mogą odgrywać tu niektóre instrumenty rynku kapitałowego, np. private equity” - podsumował Dawid Jarosz z Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego.

/zdjęcie Investing in Poland Panel 2/



Od lewej: Andrew Kureth, Warsaw Business Journal; Jarosław Myjak - PKO BP, Anna Sieńko - IBM Poland, Paul Jasniach - PricewaterhouseCoopers, Judith Y. Gliniecki - Wierzbowski Eversheds, Robert Seges - PAIiZ, Adam Ryniak - Cargotec Polska, Krzysztof Wnęk - Miasteczko Multimedialne sp. z o.o.
Panel: „Change in the air – how are investment in Poland evolving?”

W konferencji wzięło udział ponad 100 przedstawicieli bilateralnych izb przemysłowo-handlowych, władz

regionalnych, firm zagranicznych obecnych w Polsce, polskich przedsiębiorców oraz mediów.

Publikacja *Investing in Poland 2011* jest już dostępna na rynku. Od 20 września będzie można ją nabyć w wersji elektronicznej w nowym uruchomionym przez redakcję Warsaw Business Journal serwisie internetowym dla inwestorów investinginpoland.wbj.pl oraz na stronie internetowej PAIiZ.