

Polskie firmy będą promowane za granicą

data aktualizacji: 2017.06.23



Fot. archiwum

Polska Agencja Inwestycji i Handlu nawiązała stałą współpracę z Polską Grupą Motoryzacyjną, zrzeszającą krajowych producentów części i komponentów motoryzacyjnych. W podpisanym 21 czerwca 2017 r. porozumieniu, obie strony zadeklarowały podjęcie szeregu działań w Polsce oraz za granicą na rzecz promocji przedsiębiorstw z polskim kapitałem, reprezentujących segment automotive.

Motoryzacja należy do grupy dwunastu strategicznych sektorów, objętych szczególnym statusem w ramach rządowego Planu na Rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju. To jeden z największych, najbardziej produktywnych i wysokotechnologicznych segmentów polskiego przemysłu, odpowiadający za około 8% krajowego PKB. Siłą napędową branży jest produkcja części i akcesoriów, która stanowi już 57% całkowitej wartości, tego, co wytwarza sektor. Właśnie ten segment rynku, zdominowany licznie przez wytwórców z polskim kapitałem, przyczynił się do osiągnięcia przez Polskę pozycji liczącego się w Europie i na świecie centrum przemysłu motoryzacyjnego.

- Za sukcesem branży automotive stoją setki firm z polskim kapitałem, zatrudniających wybitnych konstruktorów, inżynierów czy mechaników. Wspólnie zbudowali oni markę polskiej motoryzacji, przyciągającą do kraju wiodących inwestorów zagranicznych – komentuje Tomasz Pisula prezes Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu. Polska jest 12. największym eksporterem motoryzacyjnym na świecie, z ponad 40% udziałem wyprodukowanych w kraju komponentów. Według czerwcowych prognoz Ministerstwa Rozwoju, wartość eksportu polskiej motoryzacji może osiągnąć 100 mld zł w 2017 roku. – Wspólnie z Polską Grupą Motoryzacyjną, będziemy dążyć do tego, aby krajowi producenci w większym stopniu skorzystali z międzynarodowej koniunktury na polskie komponenty motoryzacyjne – przekonuje Pisula.

Podpisana przez obie instytucje umowa wytycza przede wszystkim szybką ścieżkę dotarcia z ofertą polskich przedsiębiorców do firm zagranicznych, które kontaktują się z Polską Agencją Inwestycji i Handlu w poszukiwaniu kontrahentów. Chodzi zarówno o obsługiwanych przez PAIH inwestorów, jak i biznes z całego świata, z którym instytucja współpracuje w ramach rozwijanej obecnie globalnej sieci Zagranicznych Biur Handlowych. Łączenie odpowiednich partnerów biznesowych i dbanie o wysoką jakość polskiej oferty motoryzacyjnej to dla PAIH i PGM sprawa fundamentalna.

- Świetnie znamy specyfikę przedsiębiorstw z polskim kapitałem, zrzeszonych w Polskiej Grupie Motoryzacyjnej. PGM organizuje cykliczne wizyty studyjne w zakładach swoich członków, podczas których wymieniamy się doświadczeniami, wzajemnie inspirujemy oraz zacieśniamy współpracę – mówi Adam Sikorski, prezes Polskiej Grupy Motoryzacyjnej.

Do organizacji mogą przystępować producenci części, akcesoriów i komponentów motoryzacyjnych z dominacją polskiego kapitału, a także ci, którzy są zarejestrowani i produkują w Polsce. W strukturach Grupy działać mogą też polskie instytucje naukowo-badawcze. Grupa dba o wysoką jakość dostępnych na polskim rynku produktów motoryzacyjnych. Wspólnie z Przemysłowym Instytutem Motoryzacji PIMOT, PGM zabiega w tym zakresie o wprowadzenie w Polsce obowiązkowej certyfikacji części i akcesoriów samochodowych.

Polska Agencja Inwestycji i Handlu oraz Polska Grupa Motoryzacyjna testują model kooperacji już od kilku miesięcy. W marcu zorganizowały spotkania dla wizytującej Polskę delegacji z Botswana Investment and Trade Centre.

- Umożliwiliśmy przedsiębiorcom z Botswany wejście do fabryk PZL Sędziszów oraz Sanok Rubber Company, zrzeszonych w PGM. Na prośbę afrykańskich przedsiębiorców wytypowaliśmy i skontaktowaliśmy ich z polskimi producentami asortymentu, na który jest zapotrzebowanie w Botswanie – ujawnia prezes Sikorski.

Przypomina on również, że na kilka dni przed sygnowaniem porozumienia, Grupa wsparła PAIH w organizacji spotkania networkingowego dla misji biznesowej z Tajlandii. Firmy z tego kraju poważnie myślą o inwestycji w Polsce i zainteresowane były w szczególności segmentem automotive.

- Nie mogę ujawnić nazwy firm, którą zaprosiliśmy na spotkanie z tajską delegacją. Muszę jednak przyznać, że rozmowy były bardzo owocne i niedługo mogą przynieść konkretne efekty – mówi prezes PGM.

PAIH oraz PGM zadeklarowały również podjęcie intensywnych działań na rzecz rozwoju polskich fabryk motoryzacyjnych. W tym celu Agencja będzie wyszukiwać dla nich nowe, eksportowe oraz inwestycyjne możliwości, a także dostarczać informacje o rynkach zagranicznych. - Przyszłość polskich marek jest w rynkach pozaeuropejskich i tam będziemy szukać dla nich biznesowych nisz – deklaruje szef Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu, Tomasz Pisula. Agencja zapewni dostęp do narzędzi wsparcia eksportu, oferowanych przez wszystkie instytucje Polskiego Funduszu Rozwoju, do którego należy również PAIH. Natomiast Polska Grupa Motoryzacyjna będzie dzielić się wiedzą i doświadczeniem na temat polskiego sektora motoryzacyjnego, wspierając Agencję ekspercką opinią między innymi w trakcie kluczowych wydarzeń biznesowych, odbywających się w kraju i za granicą. (PAIH/ PGM)

Źródło: