

## FORMULARZ WNIOSKU/INTERPELACJI\*/\*\*

Zgłoszony/a na sesji Sejmiku Województwa Lubuskiego w dniu: 09 października 2017r  
przez : Klub Radnych PIS

w sprawie: Udostępnienia informacji dot. udziału członków Zarządu oraz radnych sejmiku Województwa Lubuskiego w wyjazdach studyjnych, misjach gospodarczych oraz innych wyjazdach służbowych.

Treść wniosku/interpelacji:

Prosimy o udzielenie informacji dot. udziału członków Zarządu, radnych sejmiku Województwa Lubuskiego za okres 2015- 2017 w wyjazdach studyjnych, misjach gospodarczych - wskazanie osoby, przynależności do klubu, miejsca, terminu, kosztów związanych z delegacją, kosztu poniesionego przez organizatora (koszt całkowity wydarzenia).

Prosimy o wskazanie wymiernych efektów za w/w okres promocji gospodarczej regionu wynikających z misji gospodarczych i wyjazdów studyjnych.

Propozycja załatwienia sprawy:  
(wypełnić w przypadku wniosku)

.....  
.....  
.....

*Klaudia Bederni*  
*Markusiewicz*  
*[Signature]*

*Marcin Górnica*  
*Tadeusz Anelli*  
(podpis)  
*Krzysztof [Signature]*

\*zaznaczyć właściwe

\*\*Każdy wniosek składany przez Radnego, zgodnie z § 41 ust. 1 Statutu Województwa Lubuskiego powinien zawierać krótkie przedstawienie stanu faktycznego sprawy oraz (przede wszystkim) **propozycję jej załatwienia**. Wniosek, który nie będzie zawierał propozycji rozwiązania sprawy, będzie traktowany i rozpatrywany jako interpelacja, czyli kierowany do departamentu merytorycznego a nie do Zarządu Województwa.



Lubuskie

Marszałek  
Województwa Lubuskiego  
Elżbieta Anna Polak



Zielona Góra, 6 listopada 2017 r.

DM.I.0003.13.2017

WPKYNEŁO  
URZĄD MARSZAŁKOWSKI  
WOJEWÓDZTWA LUBUSKIEGO  
Biuro Sejmiku

08-11-2017

Nr rej. 1904 ..... ilość zał. ....

Podpis *J.M.* .....

Szanowni Państwo Radni Klubu PiS,

Państwo  
Z Klubu Radnych PiS  
Województwa Lubuskiego

Odpowiadając na Państwa wniosek zgłoszony w dniu 9 października 2017 roku w sprawie udziału Członków Zarządu oraz Radnych Województwa w wyjazdach studyjnych, misjach gospodarczych w latach 2015 – 2017, w załączeniu przedstawiam zestawienie; poniżej informacje nt. realizowanych projektów w latach 2015-2017 i ich efekty.

Głównym celem projektów promocji gospodarczej realizowanych w Urzędzie Marszałkowskim jest tworzenie rozpoznawalnej na świecie gospodarczej marki regionu poprzez promocję oferty eksportowej i inwestycyjnej województwa lubuskiego na arenie międzynarodowej (rynk europejskie, azjatyckie i amerykańskie) z jednoczesnym budowaniem wizerunku regionu jako miejsca atrakcyjnego dla nowych inwestycji oraz regionu przyjaznego przedsiębiorcom. Do celów szczegółowych, ściśle powiązanych z celem głównym należą zwiększenie potencjału eksportowego firm z regionalnego sektora MŚP.

Kierunki misji gospodarczych wybierane są na podstawie szeroko zakrojonych badań. Ostatnie zostało przeprowadzone pod koniec 2015 roku; jego efektem jest opracowanie pt. „Potencjał inwestycyjny i eksportowy województwa lubuskiego w aspekcie rozwoju gospodarczego gmin i przedsiębiorstw z terenu województwa lubuskiego”.

Głównym przedmiotem badania był potencjał handlu zagranicznego województwa lubuskiego. Zaprezentowano m.in. kluczowe dane charakteryzujące sytuację gospodarczą w regionie. Wskazano najważniejsze parametry związane z tym zagadnieniem, tj. m.in. wybrane wskaźniki gospodarcze regionu takie jak liczba podmiotów gospodarki narodowej wpisanych do rejestru REGON, kształtowanie się produktu krajowego brutto na poziomie regionów, ludność ogółem i inne. Na terenie województwa zarejestrowanych w rejestrze REGON jest ponad 110 tys. podmiotów gospodarczych, co stanowi 2,67%



na tle kraju. Zdecydowanie dominuje sektor mikroprzedsiębiorstw, zatrudniających do dziewięciu osób. Takich podmiotów jest 105,4 tys., co stanowi 95,7% wszystkich zarejestrowanych podmiotów.

W raporcie zaprezentowano również strukturę eksportu i importu województwa lubuskiego na tle kraju i innych województw oraz strukturę towarową eksportu. W eksporcie województwa lubuskiego dominują grupy produktów, które są bezpośrednio powiązane z inteligentnymi specjalizacjami regionu lub też obszarami specjalizacji przyjętymi w projekcie Programu Rozwoju Innowacji Województwa Lubuskiego.

Tabela: Najważniejsze grupy produktów eksportowych

Najważniejsze grupy produktów eksportowych	Powiązanie z inteligentną specjalizacją regionu lub też obszarem specjalizacji
Meble; pościel, materace, stelaże pod materace, poduszki itp.; lampy i oprawy oświetleniowe, reklamy świetlne	Przemysł meblarski
Pojazdy nieszynowe oraz ich części i akcesoria	Przemysł motoryzacyjny
Maszyny i urządzenia elektryczne oraz ich części; rejestratory i odtwarzacze dźwięku, rejestratory i odtwarzacze obrazu i dźwięku oraz ich części i akcesoria	Przemysł motoryzacyjny (częściowo)
Papier i tektura; artykuły z masy papierniczej, papieru lub tektury	Przemysł papierniczy
Drewno i artykuły z drewna; węgiel drzewny	Przemysł drzewny
Tworzywa sztuczne i artykuły z nich	Brak powiązania wprost (częściowo sektor produkcji tworzyw sztucznych jest uwzględniony w Programie Rozwoju Innowacji w ramach łańcucha wartości żywności – tacki, folia, puszki)
Wyroby z żeliwa lub stali	Przemysł metalowy
Aluminium i artykuły z aluminium	Przemysł metalowy
Kotły, maszyny i urządzenia mechaniczne; ich części	Przemysł motoryzacyjny (częściowo) Przemysł metalowy (częściowo)
Mięso i podroby jadalne	Zdrowie i jakość życia (zdrowa, bezpieczna żywność)

Zdecydowanym liderem, jeżeli chodzi o kraj docelowy eksportu województwa lubuskiego, są Niemcy. Wśród innych najważniejszych są takie państwa jak: Węgry, Wielka Brytania, Francja, Belgia, Holandia, Czechy, Ukraina, Włochy, Hiszpania, Stany Zjednoczone, Szwecja, Dania, Słowacja



i Szwajcaria. Ogółem firmy z województwa lubuskiego wyeksportowały swoje produkty w 2015 roku do 140 krajów na świecie.

Potrzeba dywersyfikacji rynków i uniezależnienie się od rynku niemieckiego spowodowała, że na listę rynków perspektywicznych oprócz krajów europejskich trafiły także kraje obu Ameryk, Afryki oraz Azji, jak w tabeli poniżej:

Sektor	Rynki kluczowe	Rynki perspektywiczne
<b>Metalowy</b>	Niemcy, Belgia, Holandia, Węgry	Norwegia, Turcja, Kanada, Algieria, Korea Południowa, Indie, Kazachstan
<b>Drzewny</b>	Niemcy, Francja, Holandia, Włochy	Kraje skandynawskie, Szwajcaria
<b>Papierniczy</b>	Niemcy, Wielka Brytania, Francja, Włochy	Rosja, Hiszpania, Portugalia, Argentyna
<b>Meblarski</b>	Niemcy, Wielka Brytania, Francja, Czechy, Holandia, Włochy	Norwegia, Szwajcaria, Chiny, Austria, Brazylia, Meksyk, Kanada, Kazachstan
<b>Energetyczny i wydobywczy</b>	Niemcy, Belgia	Kraje skandynawskie (energia odnawialna)
<b>Motoryzacyjny</b>	Niemcy, Węgry Ponadto w zakresie maszyn i urządzeń elektrycznych Holandia, Ukraina, Hiszpania, Belgia, Wielka Brytania	Chiny, Turcja, Brazylia, Meksyk, Argentyna, Algieria, RPA Ponadto w zakresie maszyn i urządzeń elektrycznych Norwegia, Szwajcaria, Filipiny, Singapur, Korea Południowa, Indie, Izrael, Kanada
<b>ICT</b>	Niemcy, USA	Chiny, Tajlandia
<b>Artykuły spożywcze</b>	Niemcy, Włochy, Wielka Brytania, Irlandia, Hiszpania	Norwegia, Dania, Chorwacja, Szwajcaria, Austria, Brazylia, Meksyk, Argentyna, Filipiny, Algieria, RPA, Izrael, USA, Kazachstan

W dalszej części raportu przedstawiono m.in. analizę wiodących produktów regionalnych w kontekście rozwoju eksportu, określono kierunki promocji lubuskich przedsiębiorców na wybranych rynkach docelowych oraz poddano analizie potrzeby przedsiębiorców w zakresie narzędzi promocji regionu (na potrzeby uzyskania odpowiedzi w tym zakresie wykorzystano badania ankietowe na grupie 400 przedsiębiorstw). Warto zauważyć, że większość (65,4%) badanych przedsiębiorstw zakłada wzrost udziału eksportu w całkowitej sprzedaży swoich produktów. Najważniejsze kraje eksportu zasadniczo pokrywają się z czołówką rynków docelowych opracowaną na podstawie analizy danych statystycznych. Są wśród nich przede wszystkim kraje Unii Europejskiej, takie jak Niemcy (26,9%), Wielka Brytania (25,4%), Francja (22,4%), Czechy (22,4%), Włochy (19,4%), Holandia (17,9%) i Rosja (17,9%).



Z krajów pozaunijnych wysoką pozycję zajmują Rosja oraz Norwegia. Natomiast biorąc pod uwagę przyszłe potrzeby bądź plany rozwoju eksportu, zdecydowanymi liderami są kraje Unii Europejskiej.

Ważnym elementem rozwijania działalności eksportowej jest obecność na targach i promocja produktów na arenie międzynarodowej. Organizacja wyjazdów na targi gospodarcze jest najbardziej efektywnym<sup>1</sup> i jednocześnie oczekiwanym<sup>2</sup> instrumentem promocji gospodarczej przedsiębiorstw na zagranicznych rynkach. Do najważniejszych korzyści z udziału w targach zagranicznych należy zdobycie nowych rynków zbytu, stałe zwiększanie sprzedaży, a także możliwość zbadania rynku i ocena swojej produkcji na tle międzynarodowej konkurencji. Jednak udział w misjach i targach zagranicznych jest jednocześnie dużym przedsięwzięciem logistycznym oraz finansowym. Biorąc pod uwagę formę udziału w targach, zidentyfikowano następujące potrzeby i oczekiwania przedsiębiorstw:

- Brak udziału osobistego/możliwości wystawienia się przy możliwości przekazania materiałów promocyjnych do umieszczenia na stoisku promocyjnym regionu. Wysoki i bardzo wysoki poziom zainteresowania tą formą udziału zadeklarowało 28,3% uczestników badań. Zupełny brak zainteresowania taką formą zidentyfikowano spośród 27,3% firm;
- Udział/wystawienie się połączone z możliwością wystawienia materiałów promocyjnych na wspólnym stoisku regionu. Taka forma cieszyła się zdecydowanie większym zainteresowaniem uczestników, wysoki i bardzo wysoki poziom zainteresowania zadeklarowało 52,5% respondentów. Tylko 13,1% nie byłoby w ogóle zainteresowanych tą formą.

Biorąc pod uwagę uwarunkowania w zakresie organizacji udziału w targach, badane podmioty reprezentowały zróżnicowany poziom zainteresowania dodatkowym wsparciem ze strony instytucji organizującej wyjazd:

- Wsparcie tłumacza w prezentacji produktów i rozmowach handlowych – wysoki i bardzo wysoki poziom zainteresowania wśród 36,4% uczestników;
- Wsparcie w zakresie wyszukania potencjalnych partnerów biznesowych, zorganizowania i przeprowadzenia spotkań – 41,4%;
- Wsparcie w zakresie transportu i logistyki eksponatów, materiałów, próbek na targi – 35,5%;
- Projektowanie, montaż i demontaż stoiska – 37,4%;
- Wsparcie organizacyjne – rezerwacja noclegów i biletów lotniczych, pozwolenia, wizy – 38,4%.

W Departamencie Przedsiębiorczości i Strategii Marki dostępne są również wcześniejsze analizy:

- „Analiza potencjału eksportowego województwa lubuskiego” z roku 2012 opracowana przez firmę Robert Gromadzki - Gromadzki Doradztwo i Konsulting,
- „Analiza potencjału pozyskiwania bezpośrednich inwestycji zagranicznych do województwa lubuskiego” z roku 2013 opracowana przez firmę PWC.

<sup>1</sup> Badania przeprowadzone przez PAIH (dawniej PAIIZ).

<sup>2</sup> Z badań CATI.

W latach 2015 – 2017 Urząd zrealizował dla lubuskich przedsiębiorców w sumie 13 misji gospodarczych połączonych z udziałem w targach branżowych oraz 9 wyjazdów studyjnych służących zapoznaniu się z dobrymi praktykami w danej branży. Realizacja projektów przyczyniła się do promocji regionu jako miejsca przyjaznego do inwestowania. Wsparcie ukierunkowane jest na przedsięwzięcia ułatwiające ekspansję na rynkach zagranicznych przedsiębiorcom MŚP z województwa lubuskiego, zwłaszcza tym, którzy wpisują się w inteligentne specjalizacje regionu (RIS). Spodziewanym efektem wsparcia powinno być zwiększenie skali działalności gospodarczej, nawiązanie przez grupy przedsiębiorstw trwałych kontaktów międzynarodowych, co przełoży się za wzrost wielkości eksportu, zmianę jego struktury poprzez wzrost udziału eksportu na rynki europejskie. Realizacja inwestycji przyczyni się również do podejmowania dalszych inwestycji w przedsiębiorstwach.

Podczas misji wielu przedsiębiorców podjęło szereg rozmów biznesowych, które mają realne szanse na biznesowy sukces zakończony podpisaniem kontraktów z nowymi partnerami.

W marcu 2015 roku został zorganizowany wyjazd delegacji samorządowej oraz przedsiębiorców na misję samorządowo-gospodarczą do Grecji (Kreta i Ateny) połączoną z udziałem w Międzynarodowych Targach Żywności Food Expo w Atenach.

Dzięki udziałowi w tym wydarzeniu firmy miały możliwość zaprezentowania swojej oferty podmiotom pochodzącym z rynków Grecji kontynentalnej oraz wyspy Kreta w zakresie współpracy z branżą. Z uzyskanych informacji od przedsiębiorców/uczestników misji nie zostały pozytywnie sfinalizowane bezpośrednie negocjacje handlowe z kontrahentami greckimi. Lubuscy przedsiębiorcy wskazali, że problemem był narastający kryzys gospodarczy oraz wzrost napływu emigrantów. Sytuacja ta bezpośrednio przekładała się na poziom cen na lubuskie towary oraz warunki płatności oferowane przez greckich przedsiębiorców.

Przedsiębiorcy wskazywali pośrednie efekty wyjazdu, tj. poznanie potencjału rynku, poznanie nowych produktów i technologii, wymianę doświadczeń biznesowych pomiędzy uczestnikami misji, kontakty z COIE i WPHI. Dodatkowo, przedsiębiorcy mieli możliwość spotkać się podczas wyjazdu z przedstawicielami organizacji przedsiębiorców oraz instytucji okołobiznesowych. Przykładowo firmę Lignapol s.c. na Targach Żywności Foodexpo w Atenach zainteresowały meble sklepowe w technologii szcztokowanego drewna. Firma po zastosowaniu technologii w produkcji wyrobów na rynek holenderski zwiększyła export do tego kraju o 10%.

Wydział Przedsiębiorczości w 2015 roku zorganizował jeszcze wyjazd delegacji samorządowej oraz przedsiębiorców do Skandynawii – Dani i Szwecji połączonej z udziałem w targach budowlanych. Dzięki udziałowi w tym wydarzeniu firmy miały możliwość zaprezentowania swojej oferty podmiotom pochodzącym z rynków Danii i Szwecji głównie w zakresie współpracy z branżą budowlaną. Przedsiębiorcy wskazywali duże zainteresowanie działalnością na rynku skandynawskim i kontynuują współpracę z poznanymi instytucjami skandynawskimi. Firmy, deklarujące nawiązanie kontaktów, które były efektem ww. wyjazdu to Polmar, AM Okna oraz P.R.B. "IZOBUD-REM".



Wyjazd na misję do Brukseli i Luksemburga, czy na Białoruś dobrze oceniła cała grupa; np. firma MAZEL prognozuje, że bezpośredni kontakt z przedstawicielami Komisji Europejskiej, Parlamentu Europejskiego, czy lokalnych Izb Przemysłowo-Handlowych w przyszłości pozwolą skutecznie powalczyć o dostanie się na rynki państw Beneluxu. Hitem na rynkach zagranicznych okazał się także grafen metalurgiczny - lubuski produkt eksportowy. Przedstawiciele firmy Advanced Graphen Products Sp. z o.o. (AGP) z Zielonej Góry podkreślali, że udział w misji gospodarczej dał im wiele możliwości, a przede wszystkim uwiarygodnił firmę w kontaktach z potencjalnymi partnerami. Zważywszy na to, że potencjalnym klientem AGP są instytucje naukowe, szczególnie te globalne, taka wiarygodność jest bardzo potrzebna. Po misji do krajów Beneluxu firmie udało się pozyskać ponad 20 kontaktów.

Misja gospodarcza na Białoruś w październiku 2016 roku miała szczególne znaczenie ze względu na wsparcie przez stronę rządową w ramach Forum Dobrosąsiedztwa, które uroczyste otwierał Wiceprezes Rady Ministrów RP Pan Mateusz Morawiecki. Lubuscy przedsiębiorcy mają duże możliwości nawiązania kontaktów handlowych ze stroną białoruską. Polska jest trzecim partnerem handlowym Białorusi i dziewiątym inwestorem. Udział w misji pozwolił dwóm lubuskim firmom na nawiązanie kontaktów z przedsiębiorstwami białoruskimi w zakresie pozyskania pracowników z branży budowlanej, trwają dalsze rozmowy w tym zakresie. Jedna z firm przedstawiła białoruskim przedsiębiorcom 5 ofert, z czego 3 przeszły do kolejnego etapu postępowania. Trzy firmy rozmawiają w zakresie możliwości sprzedaży swoich produktów na rynku białoruskim, jedna z nich dodatkowo zainteresowana jest importem towaru z Białorusi - płyty klejonej. Dwie firmy negocjują podpisanie dużych kontraktów (na tym etapie negocjacji firmy proszą o zachowanie poufności). Jedna z tych firm przedstawiła białoruskim przedsiębiorcom 5 ofert, z czego 3 przeszły do kolejnego etapu postępowania. Firma Alpodach Sp. z o.o. specjalizująca się w produkcji konstrukcji drewnianych dzięki dużej ilości rozmów B2B, miała możliwość poznania na forum "Dobrosąsiedztwo" partnera handlowego z Litwy, który specjalizuje się w pozyskiwaniu surowca drzewnego na Białorusi. Prawdopodobnego rozpoczęcia współpracy firma spodziewana na początku 2018 roku. Firma Prefadom do tej pory zatrudniła 4 osoby z Białorusi i zamierza zatrudnić kolejne. Firma Kanbud jest w stałym kontakcie ze stroną białoruską rozpatrując zatrudnienie pierwszych pracowników - pozostały do uzgodnienia kwestie finansowe współpracy. Poszczególne lubuskie firmy (uczestnicy misji) nawiązały również kontakty gospodarcze pomiędzy sobą. Przykładem może być tu zakup klimatyzatorów przez firmę Centrum Komina od firmy Polmar. Pozostałe firmy utrzymują stały kontakt ze stroną białoruską w nadziei na podjęcie konkretnej współpracy w przyszłości w zakresie możliwości sprzedaży swoich produktów na rynku białoruskim. Uzależnia jest ona od zamówień, kontraktów, projektów ze strony białoruskiej (dotyczy to głównie branży budowlanej, klimatyzacji, drzewnej, obróbki cieplnej, czy też maszynowej).

Podczas targów Made Expo 2017 w Mediolanie czy wizycie w parku technologicznym ComoNext nad jeziorem Como, Lubuscy przedsiębiorcy odbyli rozmowy z wystawcami z całej Europy i przedstawicielami izb gospodarczych Promos i CNA. Wizyta na targach to także spotkanie z Radcą



Wydziału Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Rzymie, Michałem Górskim czy kontakt z firmami z Polski, które wystawiały się na mediolańskich targach. Uczestnicy, oprócz wiedzy na temat prawnych aspektów funkcjonowania branży budowlanej we Włoszech oraz możliwości rozpoczęcia współpracy z włoskimi producentami i kontrahentami, podkreślali wagę bezpośrednich spotkań. Pobyt we Włoszech był także możliwością do zaprezentowania profilu swoich firm przez przedsiębiorstwa z województwa lubuskiego. W centrum technologicznym ComoNext, uczestnicy zwiedzali park oraz zapoznali się z innowacyjnymi firmami, które prowadzą tam swoją działalność. Firma Polmar prowadzi rozmowy z firmą Coelux, producentem nowoczesnych ledowych świetlików emitujących sztuczne światło śródziemnomorskie w celu sprowadzenia produktów dla branży budowlanej w Polsce. Firma SIMA ze Szprotawy producent detali architektonicznych podczas targów rozpoczęła rozmowy z firmą o podobnym profilu w celu otwarcia filii polskiej produkującej detale w nowej technologii na Europę Zachodnią. Firma 4CS umocniła relacje ze swoimi kontrahentami z Polski, z którymi odbyła spotkania podczas targów w Mediolanie.

Przedsiębiorcy z sektora IT na targach Hannover Messe ocenili bardzo wysoko udział w tym najważniejszym dla branży w Europie i na świecie wydarzeniu. Polska w tym roku była krajem partnerskim wydarzenia, co skutkowało tym, że oczy całego świata techniki były skoncentrowane właśnie na polskich przedsiębiorcach i polskiej myśli technicznej. Polskie stoisko narodowe na targach otwierała premier RP Beata Szydło wraz z kanclerz Niemiec Angelą Merkel. Na ponad 1tys. metrach kwadratowych prezentowały się polskie, w tym lubuskie firmy, promując innowacyjne produkty oraz rozwiązania.

Targi w Hanowerze w kwietniu 2017 roku były doskonałą okazją do kompleksowej promocji lubuskiej gospodarki na arenie międzynarodowej i budowania silnych polskich marek w dziedzinie wysokich technologii. Bardzo uwiarygodniający był także udział reprezentantów polskiego rządu na targach i wsparcia jakiego udzielili polskim przedsiębiorcom. Na stoisku narodowym obecne było także Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, osiem regionów w tym województwo lubuskie, pięć Specjalnych Stref Ekonomicznych oraz Urząd Dozoru Technicznego. Dzięki aktywnemu udziałowi w targach na stoisku wystawienniczym Polski, lubuscy przedsiębiorcy odbyli setki rozmów z partnerami zagranicznymi, co postrzegają jako bardzo satysfakcjonujące. Co najważniejsze, produkty lubuskie wpisały się w krajową markę gospodarczą i zyskały identyfikację, która jest tak ważna na arenie międzynarodowej. Firma ADVANCED GRAPHENE PRODUKTS nawiązała bezpośredni kontakt z przedstawicielami różnych zespołów badawczych uniwersytetów i politechnik niemieckojęzycznych, również takich, które prowadzą badania nad właściwościami i zastosowaniami grafenu między innymi z Kiel University (CAU), czy University of Stuttgart; podczas spotkań z klastrem nanotechnologicznym Cluster-Nanotechnologie w mieście Würzburg pojawiła się możliwość dołączenia do samej struktury klastra; firma znalazła również kupca grafenu. Zamawiającym jest amerykańska firma, posiadająca placówkę we Frankfurcie. Firma MAZEL SA.



przeprowadziła rozmowy z 27 firmami, z czego 13 rokuje na potencjalną współpracę i planuje się dalsze spotkania z tymi firmami; z dwoma z nich krajową i zagraniczną podpisała kontrakty i rozpoczęła realizację projektów; Firma SINERSIO POLSKA prowadzi rozmowy handlowe z odbiorcami usług m.in. z firmą Reuss-Seifert, która buduje fabrykę w Nowej Soli; ponadto otrzymała bezpośrednie zaproszenie do kooperacji z firmą HUAWEI i T-MOBILE.

W czerwcu została zrealizowana kolejna misja na Camacol's Hemispheric Congress do Miami, która jest kontynuacją pierwszej z 2014 roku. Efektem pierwszego wyjazdu było sprzedanie firmy SINUS Polska Sp. z o.o. światowemu koncernowi SBG HOLDING GMBH & CO. KG, z którym kontakt nawiązano w USA. Firma AJ Group od tej pory sprzedaje produkty w Stanach Zjednoczonych oraz nawiązała kontakt z amerykańską firmą, która chce produkować produkty pod swoją marką w zakładzie firmy AJ Group. Firma Magnus Organy dzięki pozyskanemu kontaktowi sprzedała do USA dwa instrumenty. Firma Benimet po rozeznaniu możliwości rynku i poznaniu jego specyfiki zrealizowała zlecenia dla klientów z USA. Firma AMP podpisała 2 umowy przedstawicielstwa na reprezentowanie przedsiębiorstwa na terenie Meksyku i USA. Obecnie z sukcesem prowadzi sprzedaż swoich towarów na terenie Meksyku. Sukces poprzedniego pobytu spowodował, że to wydarzenie znalazło się na liście nowego projektu. Warto nadmienić, że konkretne umowy handlowe i kontrakty firmy zawierają po większym upływie czasu. Poprzedzone jest to negocjacjami oraz dalszym eksplorowaniem rynku, dzięki pozyskanym kontaktom. Departament Przedsiębiorczości i Strategii Marki monitoruje lubuskie przedsiębiorstwa, biorące udział w organizowanych misjach gospodarczych w dłuższej perspektywie czasu, nawet do dwóch lat po zrealizowanej misji. Niemniej już dzisiaj można wskazać na sukcesy firm takich jak Architektoniczna firma Full-design, która nawiązała ważne kontakty z Polonią Amerykańską; prowadzą obecnie rozmowy odnośnie kontraktów w zakresie Interior Design; Firma Martens planuje zakup apartamentów w Miami; Firma Elitwear Group z Gorzowa prowadzi rozmowy odnośnie sprzedaży i produkcji okularów drewnianych na rynek amerykański; firma AGP nawiązała ważny kontakt US Export Assistance, który może zaprocentować dalszymi badaniami nad grafenem.

Podczas misji gospodarczej do Kazachstanu, przedstawiciele lubuskich firm odbyli spotkania z kazachskimi przedsiębiorstwami. Kazachstan jest najsilniejszą i najbardziej rozwiniętą gospodarką wśród państw Azji Centralnej. Rząd Kazachstanu stara się przyciągać jak najwięcej inwestycji zagranicznych, stosując ułatwienia w zakładaniu i prowadzeniu biznesu. Wejście na rynek Kazachstanu otwiera dostęp do konsumentów Eurazjatyckiej Unii Gospodarczej, Azji Centralnej oraz Zachodnich Chin. W Kazachstanie przedsiębiorcy zagraniczni objęci są szczególną ochroną. Nasi przedsiębiorcy zaprezentowali swoją ofertę kazachskim kontrahentom oraz m.in. szefowi Stowarzyszenia Firm Budowlanych Republiki Kazachstanu i Azji Centralnej, Panu Almanowi Zelgasowi Kakimowiczowi. Mogli również wysłuchać na jakie usługi i towary jest obecnie największe zapotrzebowanie na wciąż wschodzącym rynku Kazachstanu, przy szczególnym uwzględnieniu branży budowlanej.



Wymiernymi Efektami misji są podjęte przez firmę Mestil rozmowy z firmą Famur oraz firmy Lignapol - podczas Targów Kazbuild z kontrahentami kazachskimi z branży budowlanej.

Ostatnia misja z października br. do Chin i Korei, której przewodniczył radny województwa i przewodniczący Komisji Gospodarki i Rozwoju Województwa, pan Wacław Maciuszonek, obfitowała w spotkania B2B, udział w międzynarodowych targach, wizyty w ambasadach i przedsiębiorstwach, m.in. Yingli Solar, światowego potentata fotowoltaiki. Ważna była również pierwsza wizyta lubuskich MŚP w partnerskim regionie Hainan w Chinach. To tam chińscy biznesmeni reprezentowali największe spółki z prowincji. Pośród nich znalazł się także przedstawiciel producenta Mazdy, duże firmy z branży metalowej, samochodowej, turystycznej, rolniczej, a także z sektora logistyki i spedycji. Na tym etapie, gdy przedsiębiorcy dopiero wrócili z misji, jest jeszcze za wcześnie by rozmawiać o jej wymiernych efektach. Z pewnością rozpoznanie rynku i poznanie innej kultury biznesowej było inspirujące dla wszystkich uczestników.

Organizacja zagranicznej misji handlowej jest kilkuetapowa i odpowiada Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju. Po analizie rynku zagranicznego rozpoczyna się rekrutacja, która zawsze ma charakter otwarty i skierowana jest do wszystkich przedsiębiorców z sektora MŚP we wskazanych branżach i posiadających siedzibę w Województwie Lubuskim. Przed wyjazdem na misje odbywa się na miejscu szkolenie dla przedsiębiorców, przybliżające specyfikę danego rynku i kierunku eksportowego. Szkolenie jest otwarte i mogą w nim uczestniczyć także inni przedsiębiorcy lub inne podmioty, którzy wcześniej prześlą swoje zgłoszenie. Po zakończonej misji Urząd przeprowadza ankiety ewaluacyjne oraz organizuje spotkanie podsumowujące z uczestnikami misji oraz przedstawicielami Zarządu Województwa. Do przygotowania misji przypisywane są dwie osoby z Wydziału Przedsiębiorczości i Strategii Marki, które jednocześnie biorą udział w przedsięwzięciu. Pula dla przedstawicieli samorządu to w sumie 4 miejsca, opłacane w ramach projektu unijnego „Promocja gospodarcza województwa lubuskiego poprzez organizację i udział w zagranicznych targach i misjach gospodarczych”.

*Z poważaniem*  
*fmr*