



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



„Warmia i Mazury regionem zjednoczonej Europy”

Projekt dofinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Warmia i Mazury na lata 2007 – 2013

Festiwal Promocji Gospodarczej Warmii i Mazur

Giżycko, 16-17 kwietnia 2015

Prezentacja dobrych praktyk
w zakresie efektywnego modelu współpracy gospodarczej
samorządów z instytucjami państwowymi
w zakresie promocji inwestycyjnej gmin



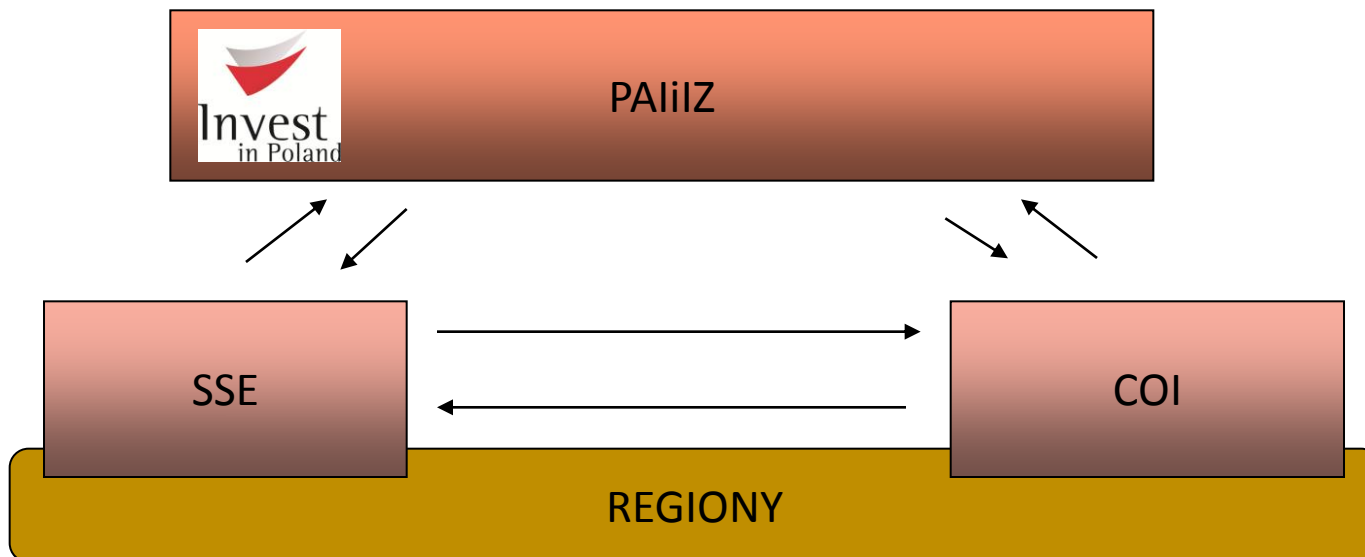
Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych

- wsparcie dla inwestorów rozpoczynających działalność w Polsce
- szybki dostęp do informacji nt. otoczenia gospodarczo-prawnego inwestycji
- pomoc w znalezieniu partnerów i dostawców
- pomoc w znalezieniu odpowiedniej lokalizacji
- tworzenie idealnego środowiska dla inwestycji zagranicznych
- promocja Polski w świecie, w tym promocja regionów



PAIiZ kreatorem polityki regionalnej

- „Celem działania PAIiZ jest promocja Polski i regionów Polski w świecie, ze szczególnym uwzględnieniem promocji polskiej gospodarki, towarów, firm i marek oraz napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do Polski”
– statut PAIiZ
- Swoje cele statutowe PAIiZ realizuje w ścisłej współpracy z Ministerstwem Gospodarki oraz Partnerami Regionalnymi



Współpraca PAIiIZ z administracją samorządową na szczeblu województw



Utworzenie **COI** w latach 2004-05

PAIiIZ – doradcą i konsultantem przy projektach związanych z obsługą inwestycji zagranicznych

COI – Partnerzy PAIiIZ certyfikowani przez Agencję w 2010 r. i 2013 r.

6 edycji konkursu Grunt na Medal

Szkolenia dla JST

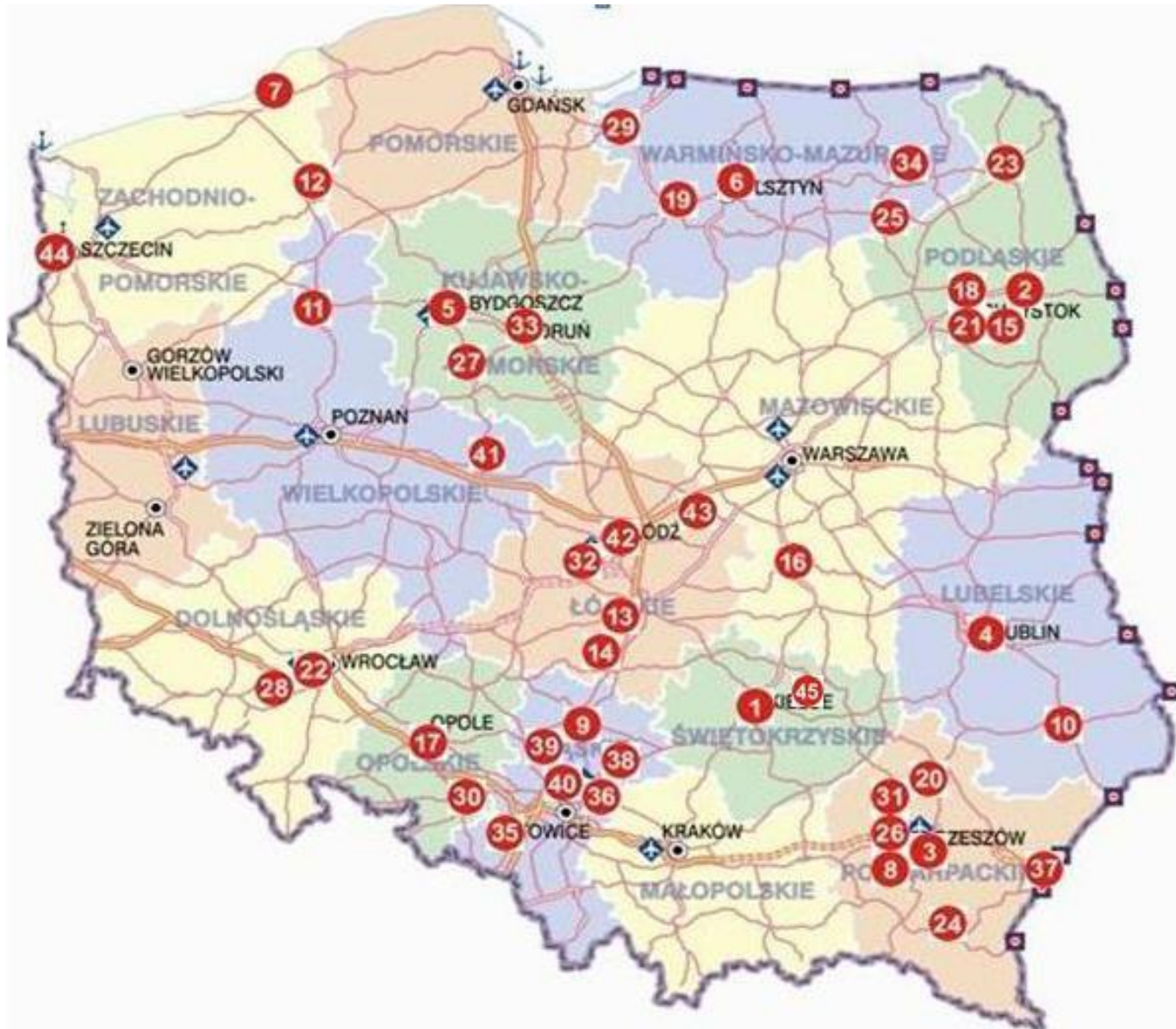
Konferencje, seminaria, misje

Współpraca PAIiIZ z administracją samorządową na szczeblu gmin

Płaszczyzny współpracy:

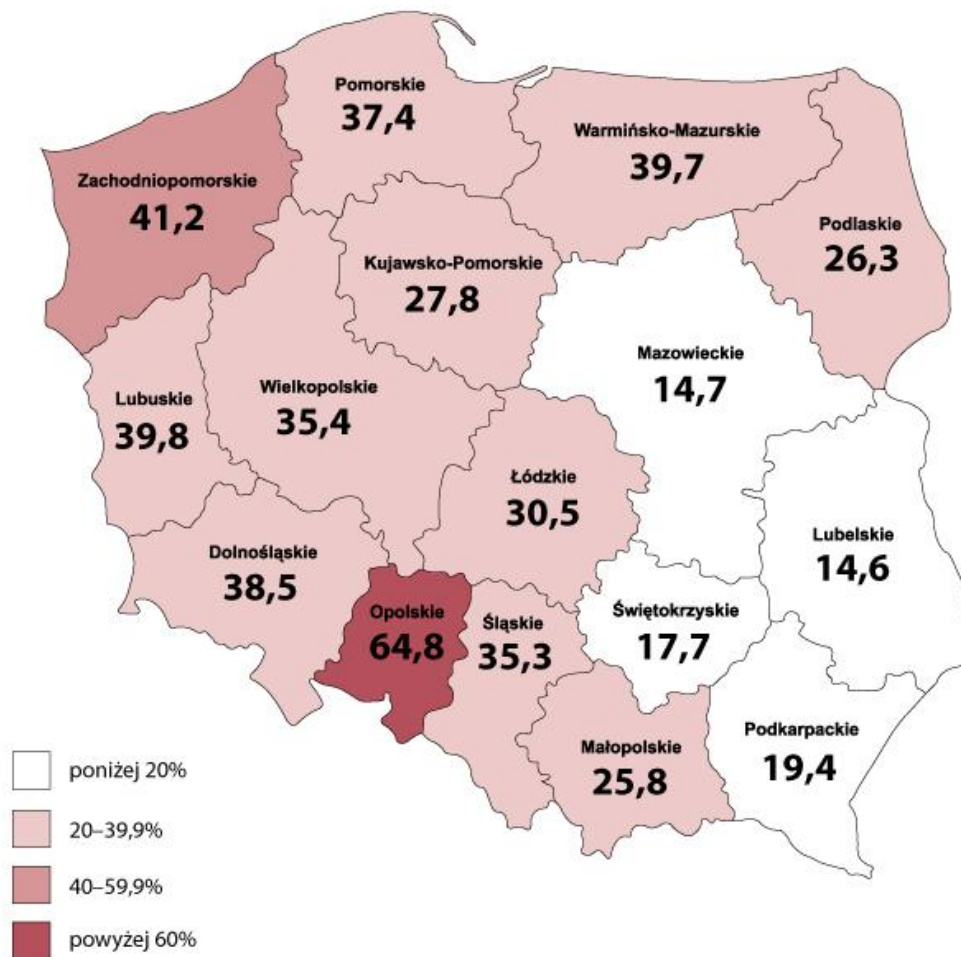
- Identyfikacja i weryfikacja oferty inwestycyjnej gminy (m.in. audyty)
- baza Ofert Inwestycyjnych PAIiIZ
- realizacja strategii współpracy z miastami prezydenckimi (porozumienia)
- konkurs Grunt na Medal
- szkolenia dla przedstawicieli JST
- staże w PAIiIZ
- newsletter
- wzorzec witryny internetowej gminy przeznaczonej dla inwestora zagranicznego
- uczestnictwo, współorganizacja, patronaty dla imprez organizowanych przez/dla JST o tematyce zw. z promocją gospodarczą, przyciąganiem BIZ etc.

Porozumienia z Miastami



- 1 Kielce (COI)
- 2 Białystok
- 3 Rzeszów
- 4 Lublin
- 5 Bydgoszcz
- 6 Olsztyn
- 7 Koszalin
- 8 Krosno
- 9 Częstochowa
- 10 Zamość
- 11 Piła
- 12 Szczecinek
- 13 Radomsko
- 14 Piotrków Trybunalski
- 15 Łapy
- 16 Radom
- 17 Opole
- 18 Łomża
- 19 Iława
- 20 Tarnobrzeg
- 21 Zambrów
- 22 ARAW
- 23 Suwałki
- 24 Sanok
- 25 Pisz
- 26 Dębica
- 27 Inowrocław
- 28 Wałbrzych
- 29 Elbląg
- 30 Kędzierzyn Koźle
- 31 Mielec
- 32 Przemyśl
- 33 Toruń
- 34 Elk
- 35 Żyrardów
- 36 Dąbrowa Górnicza
- 37 Przemyśl
- 38 Zawiercie
- 39 Bytom
- 40 Chorzów
- 41 Konin
- 42 Łódź
- 43 Skierniewice
- 44 Szczecin
- 45 Ostrowiec Świętokrzyski

Odsetek gmin posiadających ofertę inwestycyjną w bazie PAIiZ



JAK SKUTECZNIE POZYSKAĆ INWESTORA DO GMINY

Władze samorządowe odgrywają dużą rolę w promocji regionu i pozyskiwaniu inwestycji.

Czynniki atrakcyjności, na które władze regionalne i lokalne nie mają bezpośredniego wpływu tj. np. położenie regionu, rynek zbytu, dostęp do surowców.

Czynniki, na które samorząd może wpływać to m.in.:

- dostępność terenów pod inwestycje,
- infrastruktura techniczna oferowanych nieruchomości,
- odpowiednio przygotowane oferty inwestycyjne regionu,
- jakość obsługi inwestora w urzędzie gminy,
- lokalne zachęty podatkowe,

JAK SKUTECZNIE POZYSKAĆ INWESTORA DO GMINY

Tworzenie dobrego klimatu inwestycyjnego przez gminy -

Poprzez m.in. lokalne zachęty inwestycyjne np. uchwały o zwolnieniu z podatku od nieruchomości – czynnikiem mogącym zdecydować o lokalizacji inwestycji.

Samorządy powinny się do tego odpowiednio przygotować m.in. poprzez opracowanie strategii promocji inwestycji (na okres co najmniej na 3 - 4 lat), jako integralnej części strategii rozwoju gospodarczego.

PUNKT WYJŚCIA DO OPRACOWYWANIA STRATEGII

- Zidentyfikowanie produktu i atutów gospodarczych, które gmina chciałaby zaoferować - np. nieruchomości do wynajęcia lub zbycia, dostępność komunikacyjna, posiadane bogactwa surowców, zasoby kadrowe.
- Określenie preferencji gminy w pozyskiwaniu inwestycji tj. branży, wielkości inwestycji, ilości tworzonych miejsc pracy, nowych technologii etc.

DZIAŁANIA PROMOCYJNE GMINY

W działaniach promocyjnych (publikacjach, reklamach, prezentacjach Internetowych itp.) atuty gminy należy pokazać potencjalnym inwestorom **jako korzyści dla nich z ulokowanie biznesu właśnie w danej lokalizacji.**

Dla osiągnięcia odpowiednich efektów istotne jest, by promocją wobec inwestorów zagranicznych zajmowały się osoby posiadające odpowiednie kwalifikacje, znające języki obce oraz posiadające wiedzę o przedmiocie promocji.

DZIAŁANIA PROMOCYJNE GMINY

OFERTY INWESTYCYJNE GMINY – ważna część promocji

Oferty inwestycyjne powinny obejmować nieruchomości zlokalizowane na danym terenie, należące do różnych właścicieli: gmin, ANR, AMW, firm, osób prywatnych, a także będące w posiadaniu działających syndyków masy upadłościowej.

Zagadnienia związane z rynkiem pracy częścią oferty inwestycyjnej m.in.

- możliwość pozyskania pracowników (ile jest osób bezrobotnych, pracujących wcześniej w branży potencjalnego inwestora, struktura wiekowa, absolwenci wyższych uczelni itp.);
- informacje o zarobkach pracowników w danej branży w regionie.

Czego możemy nauczyć się od najlepszych? - 1

Działania pro – inwestycyjne władz lokalnych i regionalnych:

- budowanie dobrego klimatu inwestycyjnego, zaangażowanie
- ustalenie preferencji w pozyskiwaniu inwestycji biorąc pod uwagę posiadane atuty działania perspektywiczne (podjęcie ryzyka przygotowania terenu dla potencjalnego inwestora wg międzynarodowych standardów
- docieranie z ofertą do szerokiego grona odbiorców różnymi sposobami (udział w misjach, targach, konferencjach, spotkania w instytucjach zajmujących się inwestycjami)
- współpraca z instytucjami odpowiedzialnymi za wspieranie procesu pozyskiwania inwestorów takimi jak PAIilZ i SSE

Czego możemy nauczyć się od najlepszych? – 2

- współpraca z ośrodkami akademickimi i środowiskami gospodarczymi
- tworzenie lokalnych zachęt inwestycyjnych (socjalne, prawne ...)
- dbałość o przygotowanie oferty (w języku obcym, ze zdjęciami, mapkami, kontaktami osobowymi) – oferta zawsze aktualna
- pełna wiedza nt. posiadanej OFERTY – musimy znać odpowiedź na każde pytanie zadane przez inwestora
- troska o obecnych inwestorów (opieka poinwestycyjna)
- perfekcjonizm, profesjonalizm w przygotowaniu i obsłudze wizyt inwestorskich

Błędy popełniane w procesie obsługi inwestorów

Pasywność władz Samorządowych:

- **brak aktywności w pozyskiwaniu i przygotowywaniu terenów pod inwestycje**
- **brak ofert lub źle przygotowane oferty**
- **niewiedza o własnym potencjale inwestycyjnym**
- **brak działań promujących własną ofertę**
- **brak inicjatyw dotyczących lokalnych zachęt inwestycyjnych**
- **niechęć władz do współpracy z instytucjami otoczenia biznesu**

Przyczyny błędów popełnianych przez władze lokalne w procesie obsługi inwestorów

Brak kompetencji i niewydolność organizacyjna:

- rotacja kadr, problemy z kadrą (języki obce, obsługa prawna ...)
- brak wskazania kompetentnej osoby odpowiedzialnej za obsługę inwestorów lub kontakt z nią jest utrudniony
- brak nadzoru (monitoringu) nad procesem współpracy z „własnymi” przedsiębiorcami, brak obsługi poinwestycyjnej
- nieumiejętne i nieefektywne wykorzystanie środków komunikacji elektronicznej (portal internetowy, mail służbowy, kontakt telefoniczny)

Główne bariery/dysfunkcje w działaniach władz samorządowych wskazywane przez przedsiębiorców:

- Brak lub opóźniona reakcja urzędników na zapytania ze strony przedsiębiorców
- Ograniczona dostępność, nieelastyczne godziny urzędowania
- Niewłaściwe nastawienie urzędników: reaktywność w podejściu, „robienie łaski”
- Skomplikowane procedury, brak przejrzystości podejmowanych decyzji oraz biurokracja
- Trudności w dotarciu do właściwych źródeł informacji będących w gestii władz miasta/samorządu
- Brak planów zagospodarowania przestrzennego lub ich nieaktualność
- Brak zinstytucjonalizowanych form komunikacji i interakcji pomiędzy władzami miasta/samorządu a przedsiębiorcami


Główne oczekiwania potencjalnych inwestorów w stosunku do władz samorządowych

- Zaangażowanie i proaktywność działania urzędników
- Wprowadzenie zasad „one-stop-shop”
- Szybkość reakcji urzędników oraz skrócenie czasu wydawania decyzji administracyjnych
- Dostęp do informacji kluczowych z punktu widzenia podejmowanych decyzji inwestycyjnych np. dedykowana oferta dla przedsiębiorstw z danej branży tzw. mikrostrategie branżowe
- Zapewnienie wsparcia w pozyskiwaniu finansowania przez przedsiębiorców (w tym dostępność np. poręczeń kredytowych dla przedsiębiorców rozpoczynających działalność gospodarczą, wsparcie w przygotowaniu wniosków o dofinansowanie z funduszy UE)
- Większa dostępność władz miasta np. cykliczne spotkania / konsultacje z przedsiębiorcami
- Większe oddziaływanie na lokalny system szkolnictwa (dostosowanie oferty edukacyjnej do potrzeb lokalnego rynku pracy)

Zapraszamy do współpracy

www.paiz.gov.pl

00-585 Warszawa, ul. Bagatela 12
tel. (+48 22) 334 98 00, fax (+48 22) 334 99 99
e-mail: post@paiz.gov.pl



„Warmia i Mazury regionem zjednoczonej Europy”

Projekt dofinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Warmia i Mazury na lata 2007 – 2013

Dziękuję za uwagę.

Monika Zdrojek,
Kierownik Wydziału Współpracy Regionalnej,
Departament Rozwoju Regionalnego, PAIiZ

00-585 Warszawa, ul. Bagatela 12
tel. (+48 22) 334 98 00, fax (+48 22) 334 99 99
e-mail: post@paiz.gov.pl, www.paiz.gov.pl