

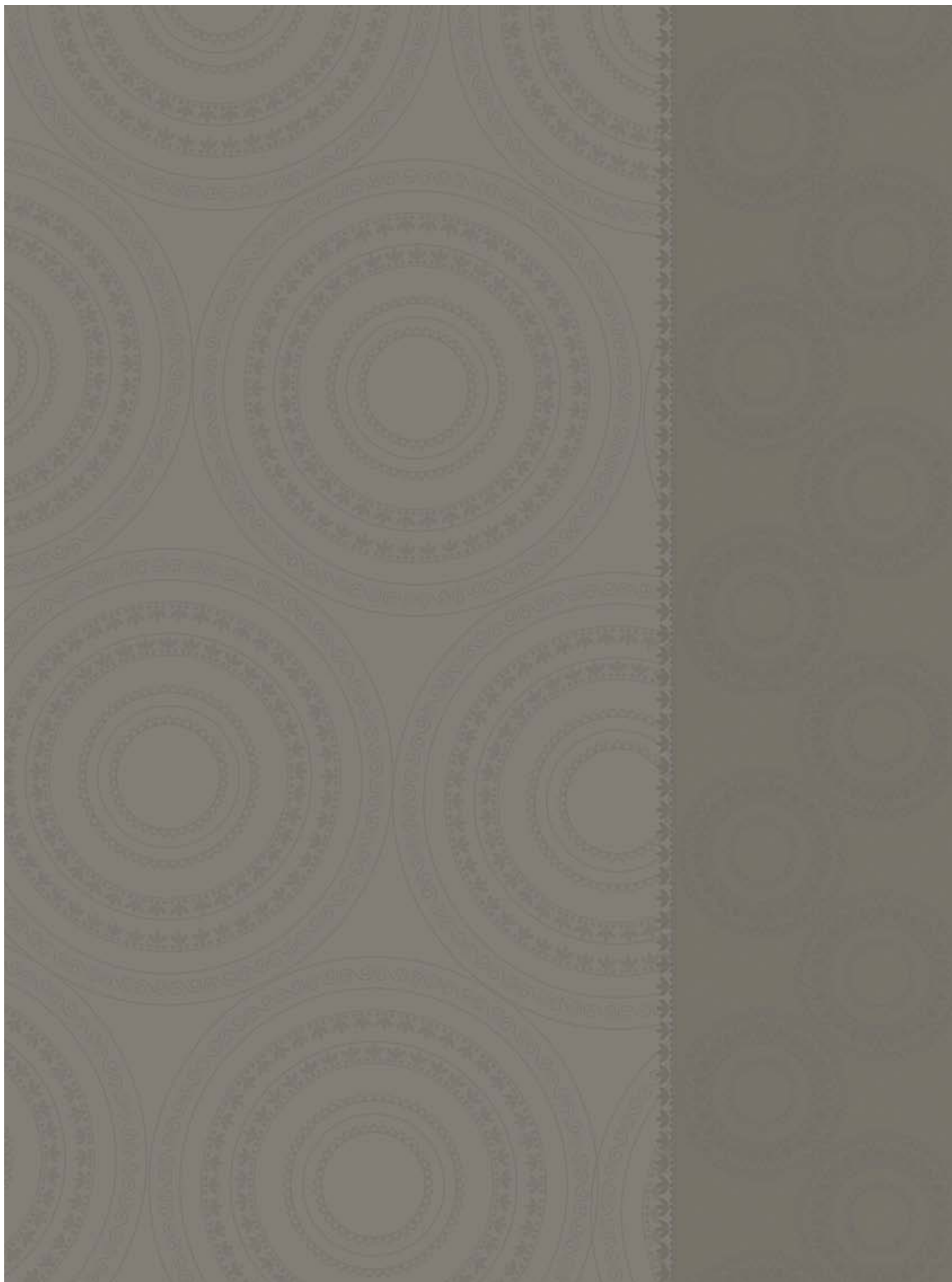
THINKTANK

DOSSIER

www.mttp.pl



THIS PUBLICATION WAS CO-FINANCED BY THE POLISH MINISTRY OF ECONOMY • COMPLIMENTARY COPY
WYDAWNICTWO WSPÓŁFINANSOWANE ZE ŚRODKÓW MINISTERSTWA GOSPODARKI RP • EGZEMPLARZ BEZPŁATNY



THINKTANK

RECOMMENDATIONS ♦ REKOMENDACJE

Poland – Africa ♦ Polska – Afryka

1] The *Go Africa* programme launched this year by Poland is meant to encourage Polish firms to show greater interest in the possibilities offered by co-operation with African countries. The programme helps to create **a positive climate for a better use of the new potential held by African and European markets** and for more intensive business relations between Polish and African firms.

2] A presence on African markets could provide Polish firms with a considerably wider field of operations, as well as a lesson in how to think about business in global terms and in a way that is open to cultural diversity.

3] In Poland, African firms can find suppliers of products and services of a high European standard at reasonable cost, as well as allies in 'change management' and in building a better framework for effective business activity in their own countries.

1] Uruchomiony w tym roku przez Polskę program *Go Africa* zachęca rodzime firmy do większego zainteresowania możliwościami współpracy gospodarczej z krajami Afryki. Stwarza to **dobry klimat do wykorzystania nowych potencjałów afrykańskiego i europejskiego rynku** oraz budowy intensywniejszych relacji gospodarczych między polskimi i afrykańskimi przedsiębiorstwami.

2] Firmom z Polski wejście na rynki państw Afryki może dać znaczące rozszerzenie przestrzeni działania, a także lekcję biznesowego myślenia w skali globalnej, otwartego na różnorodności kulturowo-mentalne.

3] Przedsiębiorstwa z Afryki mogą znaleźć w Polsce dostawców produktów i usług o europejskich standardach za rozsądne ceny, a także sojuszników w „zarządzaniu zmianą” i budowaniu w ich państwach lepszej przestrzeni dla efektywnej działalności gospodarczej.

CONTENTS / SPIS TREŚCI

- 2 | Foreword / Słowo wstępne: Donald Tusk, Prime Minister of Poland / prezes Rady Ministrów
- 4 | Opinions / Opinie: Janusz Piechociński, Jerzy Pomianowski, Ilona Antoniszyn-Klik, Sławomir Majman
- 8 | Fast Facts & Quick Stats / Fakty i dane: Poland in numbers / Polska w liczbach
- 10 | Fast Facts & Quick Stats / Fakty i dane: Africa in numbers / Afryka w liczbach
- 12 | Analysis I / Analiza I: Poland – a strong partner in Europe / Polska – silny partner w Europie
- 22 | Analysis II / Analiza II: Africa – a continent of growing opportunities / Afryka – kontynent rosnących szans



DONALD TUSK, **PRIME MINISTER**
PREZES RADY MINISTRÓW

The direction **of** Africa is the direction of the future

♦ Kierunek Afryka to kierunek przyszłości

Africa is the world's most rapidly developing region today. Over the course of the last decade, six of the world's ten fastest growing countries were in Africa – among them Nigeria and Angola. According to the World Bank, Africa may be about to set out on the path that China embarked on thirty years ago, followed by India ten years later. Rapid growth in Africa is accompanied by huge demand of its receptive markets. Poland's government and businesses must respond to such opportunities.

Poland's political transformations and its accession to the EU have laid the foundations for a new opening in our country's relations with Africa. Poland's membership in the EU has become an impulse for greater Polish engagement in development cooperation with African countries.

In addition to increased activeness within EU mechanisms and within the OECD, Poland's NGOs, local governments, universities, Catholic Church and other religious organisations continue to broaden their involvement in measures that help to develop Africa. Although this involvement is relatively limited when compared to the needs, it is growing constantly and is increasingly appreciated by our African partners.

Poland had a noticeable commercial presence in Africa before 1989. The period of transformations led Poland, which was busy rebuilding its position in Europe, to loosen its economic ties with the great African continent – our southern neighbour. The time has come to reassess and rebuild our presence in Africa.

♦ Afryka jest dziś najszybciej rozwijającym się regionem naszego globu. W ostatniej dekadzie sześć z dziesięciu najprężniej rozwijających się krajów świata leżało na kontynencie afrykańskim, wśród nich Nigeria i Angola. Bank Światowy uważa, że Afryka może znajdować się obecnie na początku drogi, na którą przed 30 laty weszły Chiny, a 10 lat później Indie. Szybkiemu rozwojowi w Afryce towarzyszą jednocześnie ogromne potrzeby chłonnych rynków. Polski rząd i biznes muszą reagować na te możliwości.

Przemiany ustrojowe w Polsce oraz akcesja do Unii Europejskiej stworzyły podstawy do nowego otwarcia w stosunkach naszego kraju z Afryką. Członkostwo Polski w Unii Europejskiej stało się impulsem do większego zaangażowania naszego kraju we współpracę rozwojową z krajami Afryki. Oprócz wzrastającej aktywności w ramach mechanizmów unijnych, a także aktywności Polski na forum OECD polskie organizacje pozarządowe, samorządy lokalne, uczelnie, Kościół katolicki oraz inne związki wyznaniowe stale umacniają swoje zaangażowanie w działania na rzecz rozwoju Afryki. Choć w stosunku do potrzeb jest ono nadal niewielkie, to jednak stale wzrasta i jest coraz bardziej doceniane przez partnerów afrykańskich.

W okresie przed rokiem 1989 polska obecność gospodarcza była w Afryce dostrzegalna. Czas transformacji sprawił, że Polska, zajęta budowaniem swojej nowej pozycji w Europie, osłabiła związki gospodarcze z tym wielkim kontynentem, naszym południowym sąsiadem. Nastąpił jednak już czas, by obecność tę przewartościować i odbudować.

W ostatnich latach stosunki gospodarcze Polski z Afryką zaczęły podlegać nowej dynamice. Należy oczekiwać, że w miarę

PHOTO / FOTO: THE CHANCELLERY OF THE PRIME MINISTER

In recent years Polish-African commercial ties have been reinvigorated. It should be expected that this upward trend in cooperation between Poland and Africa will be maintained as the international economic situation continues to improve.

One significant event leading to new synergies in bilateral relations will be the European Economic Congress – held in Katowice in May 2013 – this time devoted, among other things, to cooperation with Africa. Poland's openness to Africa will be supported by the *Go Africa* programme inaugurated by the Ministry of Economy.

We are aware that Poland's stronger position in Africa will depend on bold and well-targeted initiatives on the part of Polish investors in Africa. The measures undertaken in 2009 and continued in later years by Polish businesses in Nigeria, Angola, Tanzania, Ethiopia and several other sub-Saharan countries are indicative of increasing possibilities of establishing a lasting presence on African markets, especially in the sectors of extraction, energy, defence and high technologies. We are also aware of the fact that Polish companies interested in doing business with African partners must be actively supported by the state administration. The official visit to Nigeria and the government-level working visits to other African countries planned for this year bear witness to the Polish authorities' determination to develop contacts with this part of the world.

Poland's accession to the EU has opened up a range of new possibilities for our country and has provided us with efficient instruments to act in Africa. As it participates in shaping the EU's common policy with regard to Africa, Poland also strives to retain the one-on-one nature of its cooperation with individual African countries built over many years of experience in bilateral cooperation. Poland has much to offer African countries. Some of them are already making use of our recent experience in implementing economic and political reforms, building civic society support platforms and improving human rights standards. We see it as necessary to continue our cooperation in the area of higher and vocational education.

For our activities to be effective, it is necessary to assess systematically what has already been achieved, to define accurately the steps that need to be taken in the future and translate them into specific initiatives co-drafted by the governmental and private sectors. We encourage everyone to share their observations and experience, as well as suggestions regarding the requirements ahead. •

poprawy międzynarodowej sytuacji gospodarczej wzrostowy trend we współpracy polsko-afrykańskiej będzie się utrzymywał. Ważnym wydarzeniem, które wywoła nową synergię we wzajemnych kontaktach, będzie Europejski Kongres Gospodarczy w Katowicach w maju tego roku, tym razem poświęcony m.in. współpracy z Afryką. Polskiej otwartości na Afrykę będzie sprzyjał zainaugurowany przez Ministerstwo Gospodarki program *Go Africa*.

Mamy świadomość, iż budowanie polskiej pozycji na kontynencie afrykańskim zależy od odważnej i dobrze ukierunkowanej aktywności polskich inwestorów w Afryce. Podjęte w 2009 r., a kontynuowane w późniejszych latach działania polskich przedsiębiorstw w Nigerii, Angoli, Tanzanii, Etiopii i kilku innych państwach Afryki Subsaharyjskiej świadczą o stale wzrastających możliwościach trwałego wejścia na rynki afrykańskie – przede wszystkim w sektorze wydobywczym, energetycznym, handlu sprzętem specjalnym, ale także wysokich technologii. Mamy również świadomość, że polskie przedsiębiorstwa zainteresowane współpracą z partnerami z Afryki muszą być aktywnie wspierane przez administrację państwową. Wizyta oficjalna w Nigerii, a także planowane na ten rok wizyty robocze na szczeblu rządowym w innych krajach afrykańskich są wyrazem zaangażowania władz RP w rozwój kontaktów z tym regionem świata.

Akcesja Polski do Unii Europejskiej otworzyła przed naszym krajem nowe możliwości i szanse, a także wyposażała nas w efektywne instrumenty działania w Afryce. Współkształtując wspólną politykę unijną wobec Afryki, Polska stara się zachować także indywidualny charakter współpracy z poszczególnymi krajami tego kontynentu, budowany na podstawie wieloletnich doświadczeń współpracy bilateralnej. Polska ma wiele do zaoferowania krajom afrykańskim. Z naszych niedawnych doświadczeń dotyczących wprowadzania reform gospodarczych i ustrojowych, budowy systemu wsparcia dla społeczeństwa obywatelskiego oraz poprawy standardów przestrzegania praw człowieka korzystają już wybrane kraje afrykańskie. Uważamy za konieczne kontynuowanie współpracy w dziedzinie edukacji wyższej i zawodowej.

Aby nasze działania były efektywne, wskazana jest systematyczna ocena tego, co już zostało zrobione, trafne określenie kierunków przyszłych działań oraz przełożenie ich na konkretne inicjatywy wypracowane wspólnie przez administrację i sektor prywatny. Zachęcamy więc do dzielenia się spostrzeżeniami i doświadczeniami oraz sugestiami dotyczącymi dalszych potrzeb. •



Into Africa

◆ Otwarcie na Afrykę

Progressing globalisation is enabling Polish firms to acquire new experience, technologies and recognition. Polish firms will shortly be able to compete effectively with the world's largest companies not only on the European market, but also globally. We have launched the *Go Africa* project in response to new economic challenges and the situation on world markets. I expect that the Polish Prime Minister's visit to Nigeria, accompanied by the business mission, will open a new chapter in Poland's cooperation with the African continent.

The Central Europe – Africa Forum, to be held in Katowice on 13-15 May 2013 within the framework of the European Economic Congress, will be the first platform in Central Europe serving to build new relations with Africa. 📍 Dzięki postępującej internacjonalizacji polskie przedsiębiorstwa zdobywają doświadczenie, technologie i rozpoznawalność. W niedługim czasie polskie firmy będą mogły skutecznie konkurować ze światowymi koncernami nie tylko na rynku europejskim, lecz także na rynku globalnym. Kierując się nowymi wyzwaniami gospodarczymi i sytuacją na rynkach światowych, uruchamiamy projekt *Go Africa*. Mam nadzieję, że wizyta w Nigerii premiera Rzeczypospolitej Polskiej Donalda Tuska wraz z towarzyszącą mu misją biznesu jest nową kartą we współpracy na kontynencie afrykańskim. Także Forum Europa Centralna – Afryka, które odbędzie się w Katowicach 13–15 maja 2013 r. w ramach Europejskiego Kongresu Gospodarczego, będzie pierwszą w regionie platformą służącą budowaniu nowych relacji oraz określeniu wzajemnych możliwości.



Janusz Piechociński, Deputy-Prime Minister and Minister of Economy / wicepremier, minister gospodarki

PHOTO / FOT.: THINKTANK



A continent with a difficult past and an often complicated present, Africa at last sets out to shape its future. Irrespective of the global crisis, many countries on the African continent are currently experiencing the fastest growth in their history, thus creating an opportunity for their citizens to play their deserved role on the international stage. Nigeria, Africa's most populous state, is one of those countries. We have chosen it as the strategic partner in Africa with which we wish to build ties at all levels – political, economic, scientific or cultural. I was once told by a Congolese man (who could just as well have been a Nigerian): "You Poles adapt easily to local customs and do not try to force others to fit your image. This is why you are easily accepted and will not have problems in relations with Africans." I think this is a good place to begin our common journey. 🇳🇬 Afryka, o trudnej przeszłości i często skomplikowanej teraźniejszości, wreszcie rozpoczyna swoją przyszłość. Nie bacząc na światowy kryzys, wiele krajów na tym kontynencie rozwija się teraz najszybciej w swojej historii, otwierając szansę dla swych obywateli na odgrywanie należytej im roli na scenie międzynarodowej. Wśród tych krajów jest Nigeria z największą liczbą ludności na kontynencie. To właśnie Nigerię wybraliśmy na naszego strategicznego partnera w Afryce i z nią pragniemy rozwijać relacje na wszystkich płaszczyznach: politycznej, gospodarczej, naukowej, kulturalnej itp. Jak powiedział mi kiedyś pewien Kongijczyk (ale mógł to być także Nigeryjczyk): „Wy, Polacy, łatwo dostosowujecie się do lokalnych zwyczajów i nie próbujecie zmieniać innych na swój wzór, dlatego jesteście łatwo akceptowani i nie będziecie mieć trudności z kształtowaniem relacji z Afrykanami”. Myślę, że jest to dobry początek na naszej wspólnej drodze.



Jerzy Pomianowski, Undersecretary of State at the Ministry of Foreign Affairs / podsekretarz stanu w Ministerstwie Spraw Zagranicznych

PHOTO / FOT.: MSZ



In a world facing economic slowdown, Africa continues to be a rapidly growing continent. In the years 2001-2010, six of the world's ten most-rapidly growing economies were in Sub-Saharan Africa. The forecasts for next few decades envisage the annual economic growth rate in excess of 7%!
Go Africa is an initiative of the Polish Ministry of Economy which, in cooperation with other government agencies, wishes to propose a cohesive strategy for the development of cooperation with African markets. Africa is a uniquely attractive region, taking into account the shrinking markets of Poland's traditional economic partners. The aim of the programme is the intensification of cooperation on both sides.

We wish to be present on the trade fairs, conferences and economic forums in African countries in order to promote Polish firms, products and services. Recently we have created www.goafrica.gov.pl website, which will be the basic tool gathering the knowledge about African markets. 🇵🇱 W świecie dotkniętym przez spowolnienie gospodarcze to właśnie Afryka jest kontynentem, który wciąż dynamicznie się rozwija. W latach 2001–2010 sześć na dziesięć najszybciej rozwijających się gospodarek na świecie było z Afryki Subsaharyjskiej. Prognozy na najbliższe dziesięciolecie dla tego rejonu świata mówią o wzroście gospodarczym na poziomie przekraczającym 7 proc. rocznie!

Go Africa to inicjatywa Ministerstwa Gospodarki, które we współpracy z innymi agendami rządowymi chce zaproponować spójną strategię rozwoju współpracy z rynkami afrykańskimi. Afryka jest wyjątkowo atrakcyjnym regionem, jeśli weźmiemy pod uwagę kurczące się rynki tradycyjnych partnerów gospodarczych Polski. Założeniem programu jest intensyfikacja współpracy po obu stronach. Chcemy być obecni na imprezach targowych, konferencjach oraz forach gospodarczych w krajach afrykańskich, aby promować polskie firmy, produkty i usługi. Działa już portal www.goafrica.gov.pl, który ma być podstawowym narzędziem gromadzącym wiedzę na temat rynków afrykańskich.

Ilona Antoniszyn-Klik, Undersecretary of State at the Ministry of Economy / podsekretarz stanu w Ministerstwie Gospodarki

PHOTO / FOT.: RADEK PIETRUSZKA, PAP



As the world economy limps into a fifth year of crisis, Poland continues to demonstrate a remarkable ability to thrive. Poland drew the world's attention as the only European country to avoid recession. Foreign investment has surged, and in the last two decades Polish entrepreneurs have built vibrant firms exporting to its EU partners everything from aviation and automotive components to processed food. The global business community is taking a closer look at Poland due to its exceptional economic and financial stability, its entrepreneurial spirit and its well-educated and highly motivated labour force. In recent years, healthy and dynamic Poland has been determined to extend its investment and trade beyond traditional European markets. A special national programme *Go Africa* has been prepared to support Poland's corporations to establish closer contacts with the most buoyant African economies. 🇵🇱 Podczas gdy światowa gospodarka już piąty rok zmaga się z kryzysem, Polska wyróżnia się niezwykłą umiejętnością pozostawania „ponad kreską”. Polska przykuła uwagę całego świata jako jedyny kraj europejski, który uniknął recesji. Zagraniczne inwestycje płyną do Polski szerokim strumieniem, a w ciągu ostatnich 20 lat polscy przedsiębiorcy stworzyli dynamicznie działające firmy, eksportujące do krajów Unii Europejskiej praktycznie wszystko – od części lotniczych i samochodowych po przetworzoną żywność. Globalna społeczność biznesowa coraz uważniej przygląda się Polsce ze względu na jej stabilność gospodarczą i finansową, ducha przedsiębiorczości oraz wykształconą i bardzo zmotywowaną kadrę pracowniczą. W ostatnich latach zdrowa i dynamiczna polska gospodarka pragnie wyjść ze swoimi inwestycjami i transakcjami handlowymi poza tradycyjne rynki europejskie. Opracowano specjalny rządowy program *Go Africa*, mający pomóc polskim przedsiębiorcom w nawiązaniu bliższych kontaktów z najprężniej rozwijającymi się gospodarkami afrykańskimi.



Sławomir Majman, Chairman of the Polish Information and Foreign Investment Agency / prezes Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych

PHOTO / FOT.: PAIIZ

1989

Beginning of political and market reforms in Poland

Over 160 billion €

Cumulative investment by foreign firms since 1990

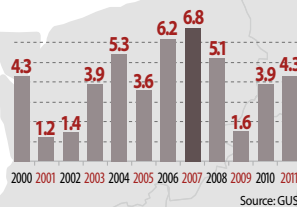
30 billion €

Cumulative investment by Polish firms abroad

2004

Poland joins the European Union

GDP growth in 2000–2011
Per capita GDP in USD

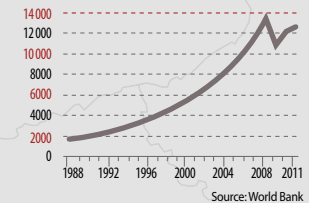


6.8%

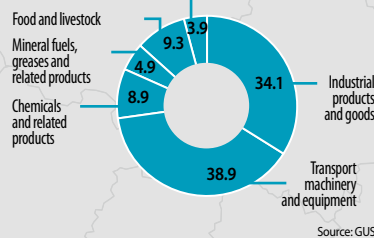
Poland's highest GDP growth rate (in 2007)

Unprecedented growth of income in the post-WWII period

Growth of per capita GDP in the 1988–2011 (in USD)



Breakdown of exports (in %)



77.8%

of Polish exports go to the European Union

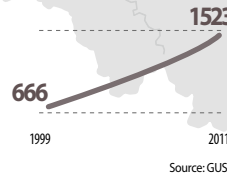
1331

New firms registered in Poland every day (one every 22 seconds)



Source: PKPP Lewiatan

Gross Domestic Product (in billion PLN)



128.5%

Poland's GDP increase in 1999–2011

Per capita GDP of chosen EU countries in 2005–2011 (PPP)

	In thousand EUR							as % of EU average						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
UE-27	22.5	23.7	25	25	23.5	24.4	25.1	100	100	100	100	100	100	100
Euro zone	24.8	26.1	27.4	27.4	25.6	26.5		110	110	110	110	109	108	
Czech Republic	17.8	18.9	20.7	20.2	19.3	19.4	20	79.1	80	82.7	80.9	82.2	79.5	79.6
Germany	26	27.3	28.9	29	27.2	28.8	30.1	116	115	115	116	116	118	120
Hungary	14.2	14.9	15.4	16	15.2	15.8	16.5	63.1	62.9	61.5	63.9	164.7	64.7	65.8
Poland	11.5	12.3	13.6	14.1	14.3	15.3	16.4	51.3	51.8	54.4	56.3	60.7	62.6	65.1

Source: Eurostat

370 billion €

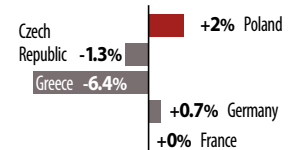
Poland's GDP in 2011

503 million

people live in the EU
7.6% of whom are Poles

2%

Poland's GDP growth in 2012; it fell in Europe as a whole by 0.3%



Source: Eurostat

Poland has
38.2
million

inhabitants. Germany has 81.7 million. France has 65 million. UK has 62.4 million. Italy has 60.6 million

Source: Eurostat

65%
Poland's
per capita GDP
as a percentage
of the EU average

Source: Eurostat

2011 per capita GDP
(% of EU average)

Poland	16 200
Hungary	16 500
Czech Republic	20 200
Spain	24 700
Germany	30 300
UK	32 549

2011 per capita GDP as a percentage
of the EU average

Luxembourg	274 %
Netherlands	131 %
Austria	129 %
Sweden	126 %
Denmark	125 %
Poland	65 %

Poland's competitiveness

Country	Ranking World Economic Forum, 2012
Singapore	2
UK	8
Sweden	4
Lithuania	6
Switzerland	45
Slovakia	1
Hungary	71
Poland	41
Czech Republic	39

Source: www.weforum.org

Poland's main trade partners



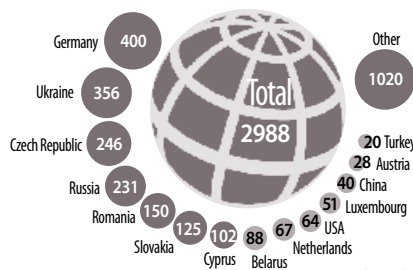
Source: GUS, I-X, 2012

79%

of foreign
investments made
by Polish firms
involved building
businesses from
the ground up

Source: PAIIZ

Foreign subsidiaries and branches of Polish firms



Source: GUS, 2010

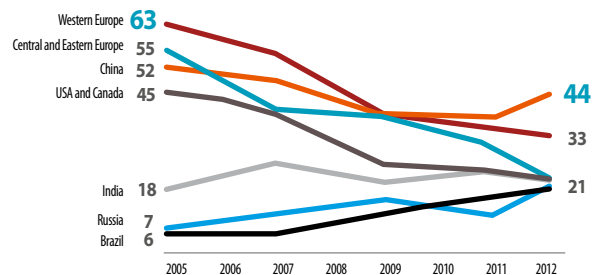
2

Investment

Poland's place on the list of most
attractive investment destinations
in Europe, after Germany. This ranking
is based on the opinion of decision-
makers from firms active globally

Source: Atrakcyjność Inwestycyjna Europy 2012, Ernst & Young

Which region is the most attractive investment destination (in %)?



Source: Atrakcyjność Inwestycyjna Europy 2012, Ernst & Young

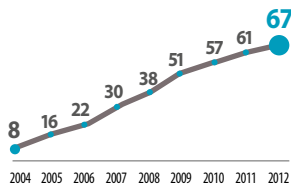
Internet
93%

of Poland's firms
have access
to the Internet

Source: Spółeczeństwo
informacyjne w Polsce, GUS, 2012

Networking

Percentage of the Polish population
with access to the Internet in 2004–2012

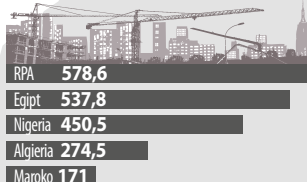


Source: Eurostat

1960

„Rok Afryki” stanowił szczyt dekolonizacji kontynentu, niepodległość uzyskało wówczas **17** państw

Pięć największych gospodarek Afryki w 2012 r. (wartość PKB w 2012 w mld dol.)



Źródło: CIA World Factbook

4,8%

Na tyle szacuje się dynamikę PKB Afryki w 2013 r.

Źródło: African Economic Outlook, African Development Bank Statistical Department i dane z baz IMF

PKB per capita

Kontynent	PKB (w tys. dol.)
Oceania	39,05
Ameryka Północna	32,08
Europa	25,43
Ameryka Południowa	9,02
Azja	2,94
Afryka	1,58
Antarktyda	brak danych

569 mld dol.

przekroczyła w 2011 r. wartość wszystkich przedsięwzięć finansowanych z inwestycji zagranicznych w Afryce

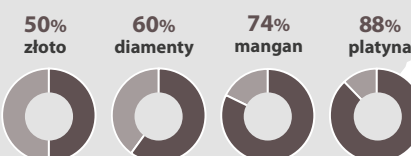
Źródło: World Investment Report 2012, UNCTAD

64,3%

udziału w eksporcie Afryki w 2011 r. miały produkty przemysłu wydobywczego

Źródło: World Trade Organisation

Procentowy udział Afryki w światowych zasobach



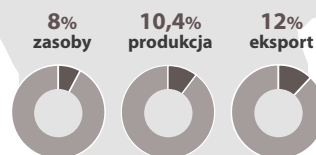
Źródło: British Geological Survey, USSG

132 mld

baryłek wynoszą zasoby ropy naftowej Afryki

Źródło: BP Statistical Review of World Energy, June 2012

Procentowy udział Afryki w ropy naftowej na świecie



Źródło: BP Statistical Review of World Energy, June 2012

3,1 bln dol.

Tyle w 2011 r. wyniosło PKB Afryki mierzone parytetem siły nabywczej

Źródło: African Development Bank Pocketbook of Statistics 2012 + CIA World Factbook

Liczba miast z populacją ponad 1 mln osób



41%

Afrykańczyków mieszka w miastach

Afryka to:
1 mld ludzi 2 tys. języków 3 tys. plemion

1980

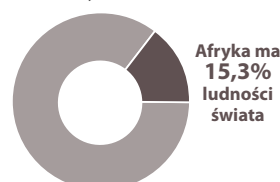
W tym roku Zimbabwe jako ostatni kraj odzyskało niepodległość dzięki wycofaniu się z jego terenu Europejczyków (Brytyjczyków)

Co 7.

osoba na świecie mieszka w Afryce, a za 40 lat liczba mieszkańców kontynentu przekroczy **2,3 mld**

Źródło: World Population Prospects: The 2010 Revision, United Nations 2011

Procentowy udział w ludności świata



19,7 roku

Tyle wynosi mediana wieku Afrykańczyków (połowa z nich nie przekroczyła jeszcze tego wieku, a połowa jest starsza)

Źródło: UN DESA, 2012

15%

W takim tempie będzie rość rocznie w Afryce rynek usług finansowych do 2020 r.

Źródło: African Development Bank Group

Łączne obciążenia podatkowe przedsiębiorców

region	jako % zysku
Ameryka Łacińska	53,50
Unia Europejska	44,20
Kraje OECD	43,00
Europa Wschodnia i Azja Środkowa	41,20
Azja Wschodnia i Pacyfik	35,40
Bliżni Wschód i Afryka Północna	32,80

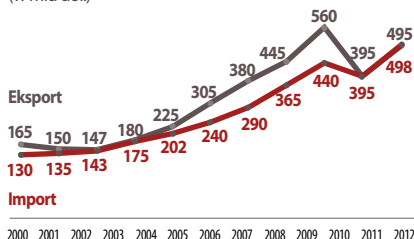
Źródło: Doing Business 2011 – European Union (EU), Bank Światowy

Wymiana handlowa Afryka – Polska (w tys. dol.)



Źródło: Rocznik statystyczny handlu zagranicznego, GUS 2012

Eksport i import Afryki w latach 2000–2010 (w mld dol.)



Źródło: African Statistical Yearbook 2012, African Development Bank

312 mld dol.

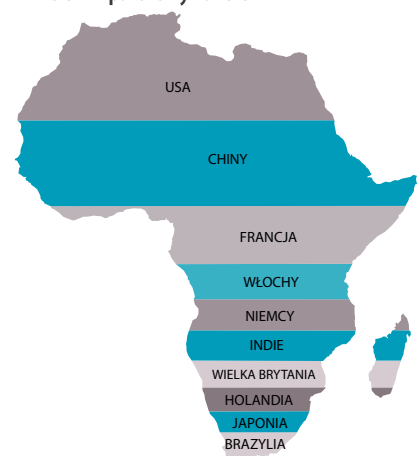
Tyle wyniosła średnia roczna wartość eksportu towarów krajów afrykańskich w latach 2000–2010

13,1%

W takim średnim rocznym tempie rość eksport/import krajów afrykańskich w latach 2000–2010

Źródło: African Statistical Yearbook 2012, African Development Bank

Główni partnerzy handlowi

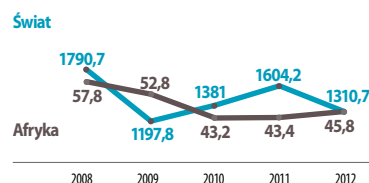


45,8 mld dol.

Tyle wyniósł napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych w 2012 r. do Afryki

Źródło: Global Investment Trends Monitor, UNCTAD, Styczeń 2013

Globalne przepływy i napływ do Afryki bezpośrednich inwestycji zagranicznych w latach 2008–2012 (w mld dol.)



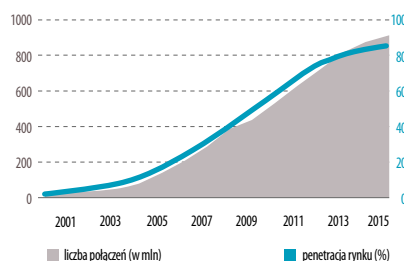
Źródło: Dane: Global Investment Trends Monitor, UNCTAD, Styczeń 2013/ World Investment Report 2012, UNCTAD

700 mln

Tyle telefonów komórkowych, stanowiących na kontynencie najlepsze narzędzie rozwoju biznesu, posiadają Afrykańczycy

Źródło: Wireless Intelligence, za: Frank Knight 2013

Połączenia komórkowe w Afryce



313 mln

czyli 34% – tyle liczy najszybciej rosnąca klasa średnia świata, Afrykańczycy o średnich dochodach

Źródło: African Development Bank 2011

Today's Poland

is a strong and stable country and one of the key players in Europe.

/ Polska jest dziś silnym i stabilnym krajem, jednym z kluczowych w Europie.

PHOTO / FOT.: JUPITER IMAGES

Poland

A Strong Partner in Europe

◆ Polska – silny partner w Europie

■ After twenty years of economic transformations and nine years as an EU Member State, Poland has become a strong EU market that has done well in a period of global crisis. Poland enjoys a stable economy – the sixth largest in Europe – and significant influence over decision-making in the European Union. Poland could be not only a strong business partner for African countries but also a reliable ally.

- What is Poland's place in Europe today?
- How does Poland see its future development?
- In what areas are opportunities emerging for economic cooperation between African countries and Poland?
- Why has Poland set up the *Go Africa* programme?

Discover contemporary Poland!

□ Po 20 latach transformacji gospodarczej i dziewięciu latach członkostwa w UE Polska stała się silnym rynkiem UE. Dobrze radzi sobie w czasach globalnego kryzysu, jest stabilną, szóstą pod względem wielkości gospodarką w Europie, ma też spory wpływ na decyzje w Unii Europejskiej. Kraje Afryki mogą znaleźć w Polsce nie tylko silnego partnera biznesowego, lecz także wiarygodnego sprzymierzeńca.

- Jakie jest dziś miejsce Polski w Europie?
- Jak Polska myśli o swoim rozwoju?
- Gdzie pojawiają się szanse współpracy gospodarczej krajów Afryki z Polską?
- Dlaczego Polska uruchomiła program *Go Africa*?

Poznaj współczesną Polskę!

Go Africa Go Poland

authors: MAŁGORZATA BONIKOWSKA, PAWEŁ RABIEJ (THINKTANK)

Poland is Central Europe's largest economy, an important player in the European Union and an attractive economic partner. The rapidly growing African continent might find it worthwhile to consider the potential of relations with this country.

The Polish economy fared much better in 2012 than that of most other large EU member states. The effects of the protracted financial crisis were felt the most by the EU's older, western members. The continent's overall economic growth in 2012 was negative – average GDP in the EU fell by 0.3 per cent: The situation was worst in Greece, but Germany suffered as well (a mere 0.7 per cent of growth), as did France (no economic growth). Poland's GDP growth rate of 2 per cent for 2012 is a very good result in the circumstances.

The previous year, Poland's GDP had risen by 4.3 per cent and grown continuously since the global financial crisis began – an exceptional instance in crisis-ridden Europe. From 2008 to 2011, the cumulative growth of Poland's GDP was 15.8 per cent – the highest on the entire continent. Poland's export figures for 2012 – about 150 billion EUR – are

15.8%
the
cumulative
growth of
Poland's GDP
from 2008
to 2011
– the highest
on the
European
continent.

impressive as well. This in turn is due above all to the excellent productivity shown by highly-skilled workers and to the very good quality of Polish products in relation to their price.

These impressive objective achievements did not occur as a result of chance. The sources of Poland's increasing economic strength are, first and foremost, a consistent approach to economic change and Poland's integration with the European Union, but also the accompanying explosion of domestic entrepreneurship following years of socialist restrictions. Sustained and highly effective political, economic and social transformations have been under way in Poland for over 20 years. The economy has become flexible and free, and businesses are quickly adapting to changing conditions. This, in conjunction with a relatively low level of public and corporate debt, the

After more than two decades of political and economic transformations, Poland has become an active member of the European Union and the world's 20th largest economy – one that is growing steadily.

inflow of foreign investments, the innovativeness of Polish firms, and relatively low costs of labour and running a business compared with other EU countries, creates an effective model for growth in the European context.

FROM FORMER EUROPEAN POWER TO REBIRTH

The opportunity for such development came with the disintegration of the Soviet Union, Poland's emergence from behind the Iron Curtain, and return to the international stage. Poland is easy to find on the European map – it lies at the geographical centre of the continent, at the intersection of major European East-West and North-South routes. It is a strategic location which is used skilfully – Poland has for centuries played the role of a mediator and connector between Eastern and Western civilisational trends, many of which it adopted for its own use.

Poland's history spans a period of over a thousand years. The Polish state dates back to the 10th century – quite far back by European standards. From the late 16th to the late 18th centuries, Poland and Lithuania were joined, forming the *Rzeczpospolita* (Commonwealth), geographically the largest country in Europe, a multinational state tolerant of religious diversity, a well-managed organism based on a unique political system – a gentry democracy with an elected king. By the 18th century, the Polish-Lithuanian multinational state had begun to decline due to, among other things, the weakening of royal authority, a failure to properly assess external threats, and the lack of a modern, standing army. Its neighbours, which had during this time become powerful autocracies, took advantage of this. In the late 18th century, Russia, Prussia and Austria divided up the lands of the *Rzeczpospolita* among themselves, and Poland disappeared altogether from

the map of Europe for 123 years. Freedom only came with the end of the Great War of 1914-18.

After a short twenty years of independence, Poland was invaded by Nazi Germany. This invasion – which met with stiff resistance – marked the beginning of World War II. When the war ended in 1945, Poland and the other Central and Eastern European countries found themselves within the Soviet sphere of influence – behind what Winston Churchill called the Iron Curtain – and were cut off from the rapidly developing West. An inefficient, centrally planned economy and limited sovereignty prevented Poland from fully using its potential for development after the war. The country was formally independent, however, and enjoyed a degree of self-determination that allowed it to escape the nightmare of Soviet collectivisation and many other economic experiments based on central planning.

During this time, Western Europe quickly recovered from the war's destruction, and began to integrate economically. Successive communities were created beginning in the 1950s, leading to the emergence of the concept of the European Union. The integration processes in the West progressed in parallel with the deteriorating political and economic situation in Eastern Europe.

As the Soviet Bloc started to fall apart in the late 1980s, the leaders of the Polish opposition, centred around the *Solidarność* trade union created in 1980, reached an agreement with the authorities during the Round Table talks. This historical agreement – notable for the peaceful manner in which it was achieved – opened the way to political and economic transformations and precipitated change in the rest of Central Europe.

In June 1989, free elections were held in Poland for the first time since World War II. Prime Minister Tadeusz



Mazowiecki's government, formed in September, prepared and put into effect a radical plan of reforms and laid the ground for a free market and the foundations of a new economic system. These measures – 'shock therapy', as it was called – quickly brought the desired results, although these didn't come without unwelcome side effects. In 1989, inflation in Poland stood at 640 per cent, the foreign debt was 42.3 billion USD (65 per cent of GDP), there was a drastic shortage of goods on the market, and the *de facto* currency was not the Polish zloty, but the US dollar. The economy was on the verge of collapse but the government brought inflation under control and reduced the budget deficit (the state budget showed a surplus in mid-1990), remedied the shortage of goods on the market and did away with the central distribution of raw materials. Poland obtained the consent of its creditors to a write-off of some of its foreign debt, foreign currency reserves grew rapidly and, by 1992, economic growth had been restored – something that Poland achieved quicker than any other former Eastern Bloc country.

Most importantly, however, the Balcerowicz Plan created the conditions for unhampered commercial activity and enabled entrepreneurship to grow, both on a small and medium scale. Those changes became the driving force behind the Polish economy. **In 1990 and 1991, 600,000 businesses were set up in Poland. Today, there are almost 1.8 million and nearly all are privately owned.** Poles relied on their own resourcefulness and took matters into their own hands with enthusiasm.

The new businesses began to operate in difficult conditions, they had to compete with considerably more experienced Western European firms, and they learned to do so rapidly. New entrepreneurs had to show boldness and initiative, seek capital and know-how that was hard to find at that time, and learn the best practices in Europe and around the world, including modern management standards.

TARGET – EU MEMBERSHIP

From the very beginning of the transformations, the gradually unifying Western Europe was the Polish government's most important point of reference and membership of the European Union – emerging at that time – its main objective. This was stipulated in the 1991 Europe Agreement which established an association between the European Communities and Poland. At the beginning of the 1990s, the European Economic Community had the Schengen Area, it was finalising the construction of a unified market and working on the project for a common currency.

Poland's aspirations to join the West were helped by the radical transformation of its political system (the introduction of political pluralism, among other things) and rapid economic growth. The banking and financial sector grew very quickly. The Warsaw Stock Exchange was inaugurated in 1992, marking the beginnings of a capital market. Today it is the largest stock exchange in Central Europe, larger than the one in Vienna, both in terms of turnover and the number of

listed companies and debuts. It also happens that the number at new company debuts exceeds that at the popular London Stock Exchange. The privatisation of state enterprises has become a source of revenue for the state, but it also made it possible to attract foreign investors, thus helping to introduce higher standards in most sectors of the economy.

More than 160 billion EUR in investments has flowed into Poland since the beginning of the transformations, mainly from European countries. Foreign investors have appeared in almost every sector, creating conditions for greater competitiveness and higher quality of the products and services offered. Initially, firms focused on gaining a share of the sizeable domestic market but, over time, investors who had invested in Poland started to expand into other European countries, and innovative products and services also appeared (automotive assembly lines, manufacturing of electronic goods, and products whose technology and design were highly advanced, and which held greater added value for customers).

Presently, foreign investors invest in, among other things, international services, including financial services, call centres, shared service centres, and technological centres; electronics; and the automotive, biotechnological, R&D and aviation industries. There is increased investment in the offshoring industry as well as in the B&R industry, particularly in areas such as accountancy, finance, logistics, software development, engineering and automation systems, pharmaceuticals and software. Due to a combination of its strengths, Poland has become an offshoring centre for European businesses wishing to reduce costs while retaining quality of services (outsourcing business functions and shared service centres). According to the UNCTAD *World Investment Report 2011*, Poland is currently the sixth most attractive offshoring location in the world. More than 300 firms have chosen Poland to locate this kind of centres

here. Cracow enjoys the position of world's best place to establish outsourcing centres for BPO projects. This branch of industry currently employs approximately 50,000 people, and this figure is to increase by a further 20,000 over the next two years.

At the same time, Poland's five-year-long EU membership negotiations (1999–2004) entailed the necessity to harmonise Polish law with EU law (*acquis communautaire*) and to carry out administrative and institutional reforms. This was a decisive factor for change both in the public and private sectors. At the public level, it brought about the modernisation of the state administration and transparency in the rules according to which it functions. In the economy, it created conditions for operation as part of a single European market. It also prepared businesses for tough market competition, forcing them to become innovative and professional in their operations. A large group of firms emerged prior to EU accession: such as the powerful exporters Selena, Atlas, Mokate, Comarch, Asseco, Nowy Styl, Maspex and LPP. Their high quality products and services now started to appear not only in Poland, but also on foreign markets, and they held their own in the global community. The development of enterprises was also helped along by a technological bonus of sorts: as many firms and institutions on the Polish market had been created from scratch, they immediately reached for the latest technological solutions.

With Poland's EU accession in 2004, Polish firms gained access to the Internal Market and its unrestricted flow of goods, services, people and capital. While this has increased the potential and opportunities for Polish enterprises, it has also exposed them to greater competition from more powerful Western European firms. EU funds have also become a powerful source of growth for the economy. In 2007–2013, Poland was the greatest recipient of such funds (almost 68 billion EUR under the Cohesion Policy and approximately 20 billion EUR under the

More
than
160 billion
EUR in
investments
has flowed
into Poland
since 1989,
and foreign
investors
have
appeared in
almost every
sector.

Common Agricultural Policy). One of the major reasons why Poland's growth rate has repeatedly reached several percentage points over the past decade is the EU's co-financing of various developmental projects, especially in infrastructure and innovation.

In political terms, EU membership initiated the process of building Poland's role within EU institutions and as a participant in European policy-making. This entailed a gradual strengthening of Poland's position as a major European player and the inclusion on the EU agenda of political initiatives that are important to Poland, such as the Eastern Partnership, which is directed at Armenia, Azerbaijan, Belarus, Georgia, Moldova and Ukraine. Poland has consistently been a proponent of the Old Continent's further and deeper integration, of forging ties with eastern and southern neighbourhood countries, and of open and active European participation in shaping the new international order.

A DEVELOPMENT STRATEGY FOR THE FUTURE

For the second time, the *European Growth and Jobs Monitor* (2009) placed Poland as second, after Finland, in the ranking of countries developing in keeping with the Lisbon strategy principles, which define European development goals until 2020. This reflects not only the pace of Poland's development, but also its innovativeness. This success is built upon four solid bases: high productivity in relation to labour costs (this indicator is almost twice as high as in Western European countries), young and skilled workers (well educated and yearning for success), financial stability and the country's strong position within the EU.

The World Bank has described Poland as a high-income economy. With a population in excess of 38 million (7.6 per cent of the EU population), and a GDP per capita of 18,800 USD (PPP) it is the European Union's 6th and the world's 20th largest economy. According to numerous rankings, Poland remains one

Poland is the European Union's 6th and the world's 20th largest economy.

of the most attractive foreign direct investment markets in Europe. The incentives provided by Poland's regions and its 14 industrial zones and technological parks are yet another advantage. The average cost of labour remains relatively low compared to Western Europe, but higher than in other Central European countries. In conjunction with work quality, it is an attractive combination for investors, however.

The stable and strong position of Polish firms which are leaders in their respective market segments also creates potential for mergers and acquisitions. After two decades of growth, Polish firms themselves are also seeking new areas of expansion and capital ties. One of the factors speeding up this process is growing exports. In 2009, Poland's ratio of exports to GDP reached a level not far behind Germany's (44.5 per cent). This is a long-term trend that has been accelerating for a number of years. Over the last decade, the value of Polish exports of products and services has increased three and a half times – from 201 to 677 billion PLN. The type of products and services being exported is also changing – from cheap to high-quality goods, services and commodities of added value. Poland's share in global exports is rising while that of old European countries is dropping (over the last five years, Greece's share in global exports has fallen by 20 per cent, that of Italy and France by 19 per cent, and Germany's by 8.3 per cent). **The increasing importance of exports is encouraging Polish businesses to seek closer alliances on established and developing markets.**

POLAND – AFRICA. A POTENTIAL NEW OPENING

Poland has changed completely in the last two decades. It has conducted successful political and social transformations and created solid foundations for further sustainable growth. During that time, Poland concentrated on internal reorganisation, on adapting to Western standards and on





accession to the European Union. Today, after nine years of EU membership and a highly praised 6-month presidency of the EU Council, Poland has a broader vision and wants to play a more active role on the global stage. The world order is changing, and the old order is gradually being replaced by multilateral network arrangements of political and economic groups. This helps to form broader, multivector international relations, also through the EU and its members. The *Polish Foreign Policy Priorities 2012-2016* (*Priorytety polskiej polityki zagranicznej 2012-2016*) drawn up by the Polish Ministry of Foreign Affairs, stress multi-polarity, among other things. Poland's foreign policy will also be increasingly concerned with achieving the country's modernisation goals. One of its priorities is to promote the growth of trade and investments with African countries and a greater commitment to developmental aid.

For the moment, Poland's commercial relations with African countries are not very extensive. Poland's trade with Africa in 2011 was worth 2.5 billion EUR – merely 0.97 per cent of Polish exports and 0.79 per cent of imports. Countries with the highest share of this turnover are South Africa (exports: 529 million USD, imports: 413 million USD), and northern African states: Morocco (199 and 232 million USD, respectively), Algeria (353.6 and 49.8 million USD, respectively), Egypt (195.9 and 102.5 million USD, respectively) and Tunisia (67.2 and 150.8 million USD, respectively). Turnover

with countries of Sub-Saharan Africa, such as Nigeria, Ghana, Kenya, Tanzania and Mozambique is much smaller. For Poland, Africa remains a remote continent – geographically but especially psychologically. Most of Poland's economic and political leaders do not have the African sub-Saharan countries on their 'psychological map' because, among other reasons, Poland has never had colonies, never traded on a global scale, and Poles were not free to travel following World War II, due to restrictions introduced by the Communist regime. Poles have always been curious about the world, however, – one of the 20th century's most distinguished authors of documentaries about Africa, reporter and writer Ryszard Kapuściński, was Polish. His books – *The Emperor* (about Ethiopia) and *The Shadow of the Sun* (about Africa in the late 20th century) brought Africa closer not only to Poles, but to the entire world.

During the Polish economic boom of the last two decades, business activity has been mainly directed at markets in Europe, Russia and the US, but some firms ventured further. Among Polish firms now clearly established on the African market, it is worthwhile to mention Kulczyk Investments (KI), owned by the richest Pole, Jan Kulczyk. KI is conducting 25 oil, gas, iron ore and hard coal exploration and extraction operations in 12 countries. In 18 of these, KI is a licensed operator. These investments could form, among other things, opportunities for other investments by Polish firms in

the processing of oil derivatives. South Africa's SABMiller, in turn, is one of the largest foreign investors in Poland, with several hundred million euros invested in Polish breweries, including a controlling share in Kompania Piwowarska. It now holds 38 per cent of the Polish beer market.

Development aid schemes conducted by the Polish government also help to discover contemporary Africa. The African continent is the second destination for Polish developmental aid, after Eastern Partnership countries (Eastern Europe). Countries to which those initiatives are directed include Burundi, Ethiopia, Kenya, Rwanda, Somalia, South Sudan, Tanzania and Uganda. Direct aid schemes are also conducted by NGOs – Polska Akcja Humanitarna in Sudan, for example.

One of the strategic programmes launched this year by the Polish Ministry of Economy to help spread information about the potential for investment and trade in Africa is *Go Africa*. The programme's website encourages Polish firms to invest in Africa's sub-Saharan countries. *Go Africa* is part of a wider scheme to promote the growth of Polish entrepreneurship and Polish firms' presence in foreign markets. The scheme provides for, among other things, financial aid and the promotion of exported services and products. This means that in coming years Polish firms will receive additional tools to help them make contacts and invest in African countries. Together with the

Go Africa is part of a wider scheme to promote the growth of Polish entrepreneurship and Polish firms' presence in foreign markets.

numerous planned economic missions, especially in Nigeria, South Africa, Kenya and Tanzania, this will create good opportunities for Poles and Africans to get to know one another and establish closer ties. Analyses show that the best prospects for Polish firms planning to invest in Africa are to be found in the following sectors: food, pharmaceuticals, hotels, and mining and fisheries. These sectors hold the greatest potential for investment and partnerships.

Poland can thus be expected to show greater interest in commercial relations with Africa and in investing on that continent. For the African business community, this could be a good opportunity to establish closer relations with Polish firms and also to discover Poland as a country of effective political, economic and social transformation. Poland's successful track record represents a fresh body of knowledge, experience and capital to tap into.

Poland is a country which rapidly built economic stability thanks largely to well-planned economic policies and the wise use of its developmental potential. The yardstick by which Poland's success can be measured is a steep rise in prosperity, rarely seen in history – from 2,000 USD GDP per capita in 1989 to more than 13,000 USD today (according to the World Bank). Poland's experience in building a strong economy and a stable country could be inspiring to African countries that are growing and increasing their wealth rapidly. •

PHOTO: JUPITER IMAGES

THINKTANK RECOMMENDATIONS

1. **RELATIONS BETWEEN POLAND AND AFRICAN COUNTRIES, ESPECIALLY SUB-SAHARAN ONES, ARE NOT VERY WELL DEVELOPED BUT THEY HOLD GREAT POTENTIAL**, both in the areas of the economy and in developmental cooperation making use of Polish transformation experience.
2. **THE GO AFRICA PROGRAMME NOW BEING LAUNCHED BY POLAND ENCOURAGES LOCAL FIRMS TO TAKE A GREATER INTEREST IN ECONOMIC COOPERATION WITH AFRICAN COUNTRIES**. This creates a good climate for a better use of the hitherto undiscovered potential of African and European markets and for building more intensive economic relations between Polish and African firms.

Afryka

jest jednym
z najszybciej
rozwijających się
regionów świata.
/ Africa is one
of the world's most
rapidly growing
regions.

PHOTO / FOT.: JUPITER IMAGES

Afryka

– kontynent rosnących szans

◆ A continent of growing opportunities

■ Afryka to ogromny rynek z powiększającą się klasą średnią i młodymi społecznościami, które w niedalekiej przyszłości będą oferować największą podaż pracowników na świecie. Afryka jest głodna sukcesu i szybko wdraża nowoczesne technologie. Może okazać się bardziej perspektywiczna dla Europy niż rynki azjatyckie.

- Jak Afryka myśli o swoim rozwoju?
- Jakie będzie jej miejsce w globalnym świecie?
- Gdzie pojawiają się szanse współpracy gospodarczej krajów Afryki z Polską?
- Dlaczego Polska uruchomiła program *Go Africa*?

Poznaj Afrykę!

□ Africa is a huge market with a growing middle class and young societies which will be the world's largest pool of labour in the near future. Africa is hungry for success and adopts modern technologies very quickly. Africa may prove to hold greater prospects for Europe than Asian markets.

- How does Africa see its future development?
- What will be its place on the global stage?
- In what areas are there opportunities for economic cooperation between African countries and Poland?
- Why has Poland set up the *Go Africa* programme?

Discover Africa!

Powitanie z Afryką

autorzy: MAŁGORZATA BONIKOWSKA, PAWEŁ RABIEJ (THINKTANK)

Europa przez najbliższą dekadę będzie zajęta reformami wewnętrznymi i rozwiązywaniem problemów zadłużenia. Mizerny wzrost gospodarczy, słaby popyt i ograniczona dostępność kapitału w krajach Eurolandu wymuszają na polskich firmach zmianę strategii – pójście w kierunku dywersyfikacji partnerów handlowych i miejsc inwestowania. Popularność odzyskała Rosja, zdobyły ją też wszechobecne dzięki swym towarom Chiny, uwagę zaczyna przyciągać także Afryka.

„**Jutro** należy do ludzi, którzy przygotowują się na nie już dzisiaj” – głosi afrykańskie przysłowie. Nie można lepiej ująć wyzwania, przed którymi stoją polskie firmy już odczuwające kłopoty gospodarcze Europy. Afryka to wciąż wielki nieobecny w polskim myśleniu biznesowym. Również dlatego że zaledwie po dwóch dekadach niezależnego funkcjonowania w międzynarodowej przestrzeni polityczno-gospodarczej dopiero przyzwyczajamy się do działania w skali globalnej.

AFRYKA DZIKA...

Wyobrażenia Polaków o Afryce były do niedawna kształtowane głównie przez literaturę fabularną i strzępki informacji

Dziś rynek konsumencki w Afryce wzrasta dwa – trzy razy szybciej niż w państwach OECD.

o kolonizacji kontynentu przez europejskie potęgi. Do losów bohaterów *Faraona* Bolesława Prusa oraz *W pustyni i w puszczy* Henryka Sienkiewicza, a także *Przygód Tomka na Czarnym Łądzie* Alfreda Szklarskiego doszły historie filmowe (*Casablanca*, *Afrykańska królowa*, *W pustyni i w puszczy*, *Faraon* czy serial *Korzenie*). Utwory te w PRL-u budziły większe emocje niż powolny proces uzyskiwania niepodległości przez poszczególne państwa afrykańskie. O prawdziwej sytuacji na kontynencie można było przeczytać w reportażach Ryszarda Kapuścińskiego, które dawały niewesoły obraz: konfliktów wewnętrznych, biedy, chorób i rozwojowego zacofania.

Szybko rosnący rynek konsumencki w Afryce może się stać dla Polski świetną okazją do rozwinięcia tam działalności biznesowej.

Z perspektywy mieszkańców Afryki atutem Polski może być jej wizerunek – to kraj bez kolonialnej przeszłości, szukający nowych partnerów w globalnym świecie, umiejący efektywnie zarządzać zmianą i przejść skuteczną transformację.

Po upadku ZSRR i bloku wschodniego Polska skoncentrowała się na nadrobieniu własnych zaległości i wchodzeniu do Unii Europejskiej, inne kontynenty (poza Ameryką Północną) znikły z polityczno-gospodarczego radaru. Jednocześnie jednak Polacy wreszcie zaczęli masowo podróżować, odkrywać walory turystyczne i kulturowe innych kontynentów. Afryka Północna stała się ulubionym miejscem urlopowiczów należących do klasy średniej (do Egiptu przyjechało w 2010 roku ok. 600 tys. polskich turystów), a Subsaharyjska zaczęła przyciągać miłośników safari i dzikiej przyrody. Nad wiedzą wciąż jednak dominowały wyobrażenia – z *Pożegnania z Afryką*, *Angielskiego pacjenta* czy *Ostatniego króla Szkocji*.

AFRYKAŃSKIE LATO PO ARABSKIEJ WIOŚNIE

Katalizatorem zmiany myślenia Polaków o potencjale Czarnego Kontynentu były wydarzenia tzw. arabskiej wiosny, które miały miejsce w 2010 r. Polskie doświadczenia skutecznej transformacji okazały się użyteczne nie tylko na wschodzie Europy, ale także w Afryce Północnej. Jednocześnie na rynkach afrykańskich, zdominowanych przez tradycyjnych partnerów z Zachodu, pojawiły się szanse dla nowych graczy.

Pionierem popularyzowania globalnego podejścia do biznesu oraz możliwości, jakie daje polskim firmom Afryka, był Jan Kulczyk, który kilka lat temu zainwestował w złoża ropy w Nigerii (Kulczyk Oil Ventures). Polskich przedsiębiorstw zainteresowanych inwestycjami i handlem z Afryką obecnie jest już więcej. Ropy i gazu poszukuje w Afryce Środkowej też PGNiG. Swoje towary w Afryce sprzedają m.in. Polmos Białystok (alkohole), Pamapol (gotowe dania mięsne i

warzywne) i Mokate (kawa i herbata). Grupa Azoty (produkty chemiczne) planuje budowę fabryki nawozów w Kenii, Grupa Kopex posiada montownię pojazdów górniczych w RPA – to jej początek ekspansji na cały kontynent. Sukcesy w Afryce odnoszą także zaawansowane polskie technologie, takie jak nowoczesne, bo wykorzystujące baterie słoneczne, oświetlenie ulic, które firma Smart Systems buduje w Sudanie Południowym.

Wychodząc naprzeciw rosnącemu zainteresowaniu biznesu, Ministerstwo Gospodarki uruchomiło w 2013 r. program *Go Africa*. Ma on na celu wspieranie ekspansji polskich firm na Czarny Ląd. Powodów do optymizmu jest wiele. Jeśli nie brać pod uwagę niestabilnej północnej części kontynentu, to wszystkie prognozy gospodarcze dla państw Afryki przewidują w najbliższych latach średni wzrost na poziomie 5,7–6 proc. PKB. Ma się też zwiększyć klasa średnia: według szacunków Funduszu Ludnościowego Narodów Zjednoczonych (UNFPA) w 2025 r. ten status osiągnie 600 mln mieszkańców kontynentu. Co więcej, w przeciwieństwie do Chin Afryka jest młoda, a według niektórych szacunków w 2040 r. może dysponować nawet największą na świecie populacją w wieku produkcyjnym.

Już dziś rynek konsumencki w Afryce wzrasta dwa–trzy razy szybciej niż w państwach OECD. Błędem byłoby jednak stwierdzenie, że wynika to jedynie z wysokiego wzrostu PKB po latach zastoju. Warto zauważyć, że w Afryce wystąpił w ostatnim czasie także znaczący wzrost wydajności pracy, a rządzący zaczęli bardziej dbać o stabilne warunki prowadzenia biznesu, co powoli przekłada się na wyniki międzynarodowych rankingów konkurencyjności gospodarek.



Co ważne, już nie dzieje się to – jak kiedyś – pod przymusem międzynarodowych organizacji (Bank Światowy, Międzynarodowy Fundusz Walutowy), lecz w wyniku autentycznej zmiany, jaka zachodzi na kontynencie. Państwa Afryki zrozumiały, że jeśli autentycznie chcą pokonać bariery hamujące ich rozwój, nie mogą jedynie bazować na pomocy zagranicznej czy rozlicznych formach pożyczek na rynku międzynarodowym. Wymagało to od nich otwarcia gospodarek na inwestycje zagraniczne przez likwidację lub redukcję szerokiej gamy ograniczeń prawnych, podjęcia tematu ochrony własności intelektualnej, wprowadzenia ułatwień w otwieraniu działalności gospodarczej przez zagraniczne podmioty. Większość państw afrykańskich zdecydowała się także na utworzenie u siebie specjalnych stref eksportowych (*export processing zones* – EPZs).

Przynosi to pożądane skutki – dla zagranicznych inwestorów stopa zwrotu z inwestycji w Afryce jest wyższa niż z inwestycji na innych kontynentach, choć wciąż wiąże się z wysokim ryzykiem. W 2010 r. 43 proc. bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Afryce dotyczyło sektora wydobywczego, 29 proc. – przemysłu wytwórczego, a 28 proc. – usług. W ostatnim z wymienionych segmentów największą popularnością cieszyły się inwestycje w telekomunikację i nieruchomości.

Za najatrakcyjniejsze kraje Afryki eksperci uznają Nigerię i RPA, a także Tanzanię, Kenię i Demokratyczną Republikę Konga. Nigeria rośnie w ostatnich pięciu latach w średnim

tempie 7 proc. PKB i jeśli to się utrzyma, w 2050 r. ma ona szansę znaleźć się w gronie 20 największych gospodarek świata pod względem PKB na głowę (liczony według parytetu siły nabywczej). Będzie wtedy już miała największą na świecie liczbę ludności w wieku produkcyjnym, wyprzedzi nawet Indie. Znacznie bogatsza od Nigerii Republika Południowej Afryki znajdzie się pod tym względem na ósmym miejscu, mimo że ma ponadtrzykrotnie mniej ludności. Choć RPA zdecydowanie odstaje w kwestii tempa wzrostu gospodarczego (przeciętnie 2,7 proc. w ostatnich pięciu latach) od innych państw Afryki Subsaharyjskiej, to jednak wypada najlepiej pod względem indeksów łatwości prowadzenia biznesu, konkurencyjności, wolności gospodarczej i współzależności z innymi gospodarkami.

Warto jednocześnie pamiętać, że Afryka jest gospodarczo bardziej zintegrowana, niż to wynika z jej politycznej mapy. Wchodząc np. na rynek kenijski, można z miejsca operować na wspólnym rynku pięciu państw Wspólnoty Wschodnioafrykańskiej (EAC). Z 54 państw regionu 27 należy do co najmniej dwóch organizacji, a 18 do trzech. Każda z nich reprezentuje inny poziom ekonomicznego zintegrowania, na przykład South African Development Cooperation (SADC) oraz Common Market for Eastern and Southern Africa (COMESA) ewoluują w stronę unii celnej. Przekłada się to na większą liczbę potencjalnych klientów, mniejsze koszty prowadzenia działalności, brak lub zminimalizowanie opłat celnych itd.

WEJŚCIE SMOKA

Afryka przez wieki była kolonizowana i zarządzana przez Europejczyków. Po II wojnie światowej stała się jednym z teatrów zimnej wojny dwóch supermocarstw: ZSRR i USA. Pod koniec stulecia do gry o wpływy na Czarnym Lądzie włączyły się Chiny. Nieprzypadkowo nowy prezydent Xi Jinping swoją pierwszą podróż zagraniczną odbył w marcu tego roku do Rosji i trzech krajów Afryki: Tanzanii, RPA i Konga Brazzaville. Jak by to ujął nasz poeta, w Afryce bowiem „Chińczycy trzymają się mocno”.

W Tanzanii powstał już w 1970 r. pierwszy chiński projekt inwestycyjny: budowa kolei Zambia-Tanzania. W 2012 r. Chiny rozpoczęły na bardzo dogodnych dla Tanzanii warunkach i budowę 532-kilometrowego gazociągu jeszcze przed ostatecznym rozpoznaniem wielkości zasobów gazu odkrytego w tym kraju. Prezydenci obu krajów podpisali 16 różnych umów handlowych, kulturalnych i rozwojowych, m.in. na budowę chińskiego centrum kultury oraz portu, który będzie obsługiwać cały handel między Chinami a Afryką Wschodnią.

Prezydent Xi Jinping zadeklarował, że Chiny zamierzają kontynuować długofalową „pragmatyczną współpracę, która przynosi korzyści obu stronom” i że doceniają wagę relacji z krajami Czarnego Łądu, bez względu na to, czy są małe, czy duże, słabe czy silne, bogate czy biedne. W ciągu ostatniej dekady chiński import z Afryki wzrósł 20-krotnie i osiągnął poziom 113 mld dol. w 2012 r. W ostatnim roku obroty z Afryką sięgnęły 200 mld dol., co oznacza wzrost o kilkaset procent w porównaniu z latami 90. XX w. **Chiny są obecnie największym partnerem handlowym Czarnego Kontynentu.** Tymczasem udział Europy w całości afrykańskiego eksportu spadł w ostatnich latach we wszystkich grupach towarów. Afryka znacząco powiększa też swój import z innych niż Europa regionów świata. Eksportuje głównie paliwa kopalne, metale i minerały, a importuje zasoby odnawialne.

Dzięki tanim rządowym kredytom chińskie firmy (m.in. znany w Polsce COVEC) prowadzą na Czarnym Lądzie największe przedsięwzięcia infrastrukturalne, budują szkoły i centra kultury. Sprowadzają w ogromnej większości surowce, a wysyłają wszelkie towary, które wiążą się z chińskimi inwestycjami. W Afryce nie brak głosów krytycznych wobec tej rosnącej dominacji. Szef banku centralnego Nigerii nazwał metody działania Chińczyków nową formą imperializmu i stwierdził, że prowadzą one do dezindustrializacji Afryki. Kontrowersje budzi także praktyka sprowadzania do realizacji projektów chińskiej siły roboczej, co jest utożsamiane z zabieraniem lokalnej ludności miejsc pracy.

Według ekspertów Nigeria i RPA, Tanzania, Kenia oraz Demokratyczna Republika Konga to najbardziej atrakcyjne kraje Afryki.

KTO JESZCZE SIĘ LICZY?

Ważnym graczem na kontynencie są wciąż Stany Zjednoczone. Skoncentrowane w ostatnich dekadach na krajach Maghrebu przegapiły nieco wzrost aktywności Chin w Afryce Subsaharyjskiej. Dodatkowo kryzys finansowy przyczynił się do spadku wartości amerykańskich obrotów handlowych z tą częścią kontynentu o prawie 10 proc. w porównaniu z sytuacją z roku 2008. Obciążone historią niewolnictwa Stany działają w Afryce według innego schematu niż Chiny. Z jednej strony bacznie obserwują sytuację polityczną na kontynencie, z drugiej – w większym stopniu dostrzegają rosnący tam rynek konsumencki i potencjał zwiększającej się klasy średniej. Sekretarz stanu USA Hillary Clinton podkreślała, że „dni, kiedy przyjeżdżający do Afryki po prostu wydobywali jej bogactwo dla siebie, nie pozostawiając nic w zamian, są skończone”.

Aktywną grę w Afryce prowadzi również Turcja. Zainteresowanie Ankary ma podłoże nie tylko gospodarcze (pogarszająca się sytuacja strefy euro), lecz także polityczne, z historią w tle. Inspirowana neoosmanizmem Turcja pragnie odrywać rolę regionalnego mocarstwa i stabilizatora na Bliskim Wschodzie i w Afryce Północnej. Jednocześnie

konkuruje z Chinami w Afryce Subsaharyjskiej, do której zwiększyła swój eksport o 900 proc. w ciągu ostatnich 10 lat. Aktywność tureckiego biznesu jest intensywnie wspierana przez turecką dyplomację.

TOMEK NA CZARNYM LĄDZIE

Polskie przedsiębiorstwa nie włączają się szybko i na szeroką skalę w zdobywanie rynków Afryki, choć nie brak jednostkowych sukcesów. **Afryka jest rynkiem trudnym i wymagającym.** Pomimo pewnego postępu wciąż znajduje się na końcu międzynarodowych rankingów konkurencyjności gospodarczej, m.in. ze względu na wysokie bariery handlowe, korupcję i słabą infrastrukturę transportową. Jednym z najważniejszych problemów jest ryzyko polityczne. Przekonał się o tym m.in. KGHM, który w 2006 r. odstąpił (po 10-letnich zmaganiach) od eksploatacji złóż miedzi i kobaltu w Kongu oraz zarzucił plany budowy w tym kraju swej instalacji hydrometalurgicznej. Polskie firmy nie są w stanie same monitorować i analizować politycznego ryzyka związanego z niestabilną sytuacją wewnętrzną większości państw afrykańskich (wzięcie zakładników w Algierii, powstanie islamiistów w Nigerii czy porwania w Kamerunie to wydarzenia z ostatnich miesięcy). **Na ryzykownym i słabo rozpoznanym przez polskie firmy gruncie wsparcie dyplomatyczne jest bardzo ważne.** Tymczasem po ostatnim zamknięciu placówek w Kongu, Senegalu, Tanzanii i Zimbabwie Polska ma tylko pięć przedstawicielstw dyplomatycznych na 49 państwa Afryki Subsaharyjskiej. Teoretycznie polscy przedsiębiorcy mogą liczyć na pomoc przedstawicielstw Unii Europejskiej, ale w kontekście programu *Go Africa* to za mało, ponieważ państwa członkowskie UE konkurują ze sobą w Afryce.

Poza słabym wsparciem dyplomatycznym czynniki osłabiające polski biznes w Afryce to brak bilateralnych umów o ochronie inwestycji oraz o unikaniu podwójnego opodatkowania, a także niskie zainteresowanie

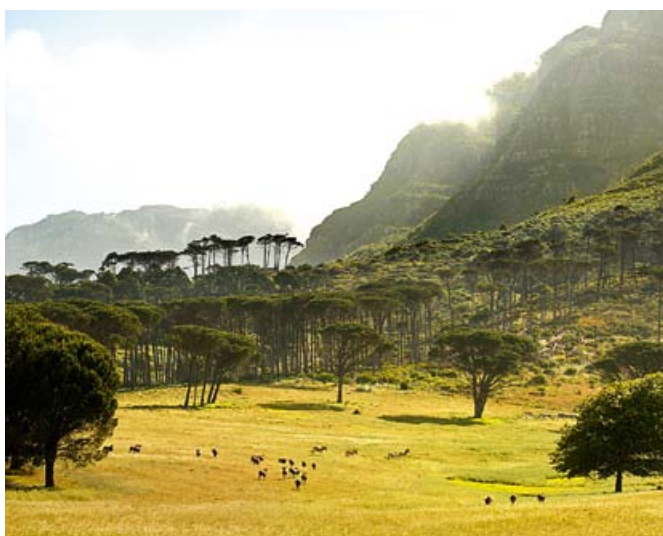
Afryka
jest
gospodarczo
bardziej
zintegrowana,
niż to wynika
z jej politycznej
mapy.

ze strony instytucji finansowych i brak rządowych gwarancji kredytowych. Choć polski eksport do Afryki wzrósł w ubiegłym roku o 16,6 proc., wartość polskiej wymiany handlowej z państwami Afryki jest wciąż marginalna, na poziomie poniżej 1 proc. całkowitej wymiany handlowej (ok. 2,5 mld euro). Startujemy więc z bardzo niskiego pułapu. Ponad 70 proc. polskiej sprzedaży do Afryki przypada na trzy państwa Afryki Północnej (Algieria, Maroko, Egipt) oraz RPA. Do tej ostatniej trafia ok. 30 proc. całkowitej sprzedaży. Biorąc jednak pod uwagę niestabilną sytuację polityczną Maghrebu, warto dziś zainteresować się także krajami Afryki Subsaharyjskiej, zwłaszcza Afryką Wschodnią, która jest obszarem priorytetowym dla polskiej pomocy rozwojowej, a nie jest dotąd promowana w kontekście relacji gospodarczych. Zawężona do Wspólnoty Wschodnioafrykańskiej (Burundi, Kenia, Tanzania, Uganda, Rwanda) obejmuje ona 137 mln mieszkańców, a w 2030 r. ma ich być o 100 mln więcej; trzy z tworzących ją państw zaliczane są do 20 najszybciej wzrastających gospodarek na świecie w latach 2005–2009.

KIERUNEK AFRYKA

Rynek konsumencki Afryki wart jest dziś prawie 1,4 bln dol. (szacunki McKinsey Global Institute). Jakie branże są najbardziej perspektywiczne? Szanse mają polskie przedsiębiorstwa spożywcze ze względu na wysoką jakość produktów i stosunkowo niską cenę. Jednak choć Afryka importuje żywność (w ubiegłym roku import z Europy wzrósł o 26 proc.), handel utrudniają bariery prawne (liczba potrzebnych pozwoleń) i słaba infrastruktura sprzedaży detalicznej.

Być może większe szanse daje handel wyposażeniem telekomunikacyjnym i biurowym. Eksport tych artykułów z Europy wzrósł w ubiegłym roku o prawie 30 proc. W Afryce dokonuje się przełom technologiczny. W ostatnich latach jest ona najszybciej rosnącym na świecie rynkiem telefonów





komórkowych, a Nigeria jest siódmym państwem globu pod względem liczby sprzedanych aparatów. Jednocześnie spora część mieszkańców Afryki przeprowadza się do miast, co może oznaczać – choć rozrastają się także slumsy – zwiększenie zainteresowania produktami takimi jak meble czy artykuły gospodarstwa domowego.

Niezwykle ważne będzie w tym kontekście precyzyjne dobranie strategii obecności i rozwoju na rynku. Zmiany gospodarcze i społeczne w Afryce zachodzą z dużą prędkością, ale trzeba pamiętać, że jest to wciąż kontynent biedny, a klasa średnia będzie się pojawiać stopniowo. Jeśli polską przewagą konkurencyjną ma być stosunek jakości do ceny, to na wczesnym etapie rozwoju tego rynku nie będzie można łatwo trafić do szerszej grupy odbiorców. Firmy powinny się postarać, aby swoje działania już teraz adresować do różnych odbiorców, a nie myśleć o zdobyciu jednej dużej grupy klientów.

W państwach Afryki bardzo ważne jest pozyskanie zaufania na rynku, gdyż ogromną rolę odgrywają tam relacje międzyludzkie i bezpośrednie przekazywanie informacji. Partnerstwa są w Afryce niezbędne w biznesie, a budowane są latami. W tym kontekście bardzo pomocna dla przedsiębiorców może okazać się współpraca ze społecznościami lokalnymi, a świetnym atutem – brak kolonialnej przeszłości. Wymaga to od przedsiębiorców długofalowego podejścia do swojej działalności i przyjęcia założenia, że inwestycje zwrócą się w późniejszym terminie.

Szans polskim firmom dostarcza także przemysł wydobywczy. Na Czarnym Lądzie znajduje się ponad 40 proc. światowych rezerw kobaltu, ponad połowa złóż fosforanów oraz zasobów diamentów, do 90 proc. chromu i platyny oraz prawie 40 proc. światowego złota. Przy obecnym stanie wydobycia Nigeria, Gabon i Sudan będą w stanie utrzymać poziom produkcji ropy przez ponad 40 lat. Wciąż odkrywane są nowe złoża, np. w Północnej Kenii, w Delcie Nigru, Ghanie, Ugandzie, Sierra Leone czy Mozambiku. W Tanzanii spółka, w którą zaangażowane jest Kulczyk Investments, znalazła jedne z największych złóż gazu w Afryce, większe niż potencjał gazu konwencjonalnego i niekonwencjonalnego w Polsce.

Jest kilka państw, m.in. Kenia, które poszukują inwestorów do wydobycia węgla. W RPA to jedna z głównych gałęzi przemysłu, dająca 90 proc. elektryczności. Dla polskich firm stwarza to sporą szansę ze względu na znajomość branży. Maszyny i urządzenia górnicze są jednym z ważnych polskich towarów eksportowych, objętych branżowym programem promocji Ministerstwa Gospodarki. Jest to również jeden z najszybciej rozwijających się sektorów w europejskim eksporcie do Afryki.

Pewne możliwości dla polskich firm daje także rozwój infrastruktury. Konkurencja jest ogromna, ale potrzeby także bardzo duże. W ubiegłym roku Unia Afrykańska wraz z Afrykańskim Bankiem Rozwoju ogłosiły *Plan rozwoju infrastruktury w Afryce do 2040 r.*, który obejmuje 51 projektów

infrastrukturalnych na poziomie regionalnym i kontynentalnym. Bank Światowy szacuje potrzeby inwestycji infrastrukturalnych na 118 mld dol., a do 2030 r. same inwestycje w infrastrukturę energetyczną powinny sięgnąć czterokrotności tej sumy. Jeśli kluczowym czynnikiem przy wyborze kontrahentów będzie cena w połączeniu z dobrą jakością, duże szanse na wejście na rynek mają polscy podwykonawcy, poddostawcy technologii i produktów częstotkowych.

GO AFRICA, THINK GLOBAL

Polscy przedsiębiorcy udowodnili, że potrafią się poruszać na obcych rynkach i dobrze sobie radzą ze znacznie bardziej doświadczonymi konkurentami z krajów starej UE. Brak silnych relacji z Afryką wcale nie musi być ich słabym punktem. Wręcz przeciwnie – łatwo uczynić z tego atut, stawiając m.in. na brak kolonialnej przeszłości i świeże doświadczenia w budowaniu wolnej gospodarki. Można zacząć poznawać afrykańską kulturę biznesu już w Polsce, bo działają tu także afrykańskie firmy. Biosentronic, właściciel marki Snuza, sprzedaje przenośne

**Polskiej
obecności
w Afryce
sprzyjają
tamtejsze
elity.**

monitory oddechu dla noworodków i niemowląt. Południowoafrykański SAB Miller jest od 20 lat zaangażowany kapitałowo w Kompanię Piwowarską, a od niedawna jest też jej właścicielem. Polakom coraz bardziej smakują wina sprowadzane z RPA.

Badania pokazują, że szefowie firm z Europy Środkowej podchodzą bardziej optymistycznie do Afryki niż ich odpowiednicy z Europy Zachodniej. Jednocześnie przedsiębiorcy z państw, które są względnie nowymi graczami na gospodarczej mapie świata, cieszą się sympatią w państwach Afryki, bo nie kojarzą się z erą kolonializmu. Dodatkowo ważnym czynnikiem sprzyjającym polskiej obecności na Czarnym Lądzie jest życzliwość tamtejszych elit, których część studiowała w Polsce w czasach socjalizmu. Niektórzy z nich mają sentyment do Polski, mówią niezłe w naszym języku i dobrze orientują się w naszej najnowszej historii. **Warto ten kapitał wykorzystać, póki jest.** Tym bardziej że towarzyszy mu szacunek do polskich lekarzy i inżynierów, którzy pracowali w Afryce w latach 70. i 80. i pozostawili po sobie dobre wspomnienia. •

FOT.: JUPITER IMAGES

REKOMENDACJE THINKTANK

- 1. WARTO WEJŚĆ NA RYNKI AFRYKI Z PRODUKTAMI DOBREJ JAKOŚCI W NISKIEJ CENIE, BO TO MOŻE NA LATA STWORZYĆ PRZEWAGĘ KONKURENCYJNĄ DLA POLSKICH PRODUCENTÓW.** Obiecujące perspektywy daje także wydobycie zasobów naturalnych, potencjał energetyczny kontynentu oraz niedobory infrastruktury drogowej i telekomunikacyjnej.
- 2. AFRYKA SUBSAHARYJSKA TO RYNEK DOSTĘPNY NIE TYLKO DLA DUŻYCH, ALE RÓWNIEŻ DLA ŚREDNICH INNOWACYJNYCH PRZEDSIĘBIORSTW.** Możliwość osiągnięcia sukcesu zależy nie od skali firmy, lecz od zdolności przystosowania się do lokalnych potrzeb i uwarunkowań.
- 3. ABY POLSKO-AFRYKAŃSKA WSPÓŁPRACA GOSPODARCZA MOGŁA RUSZYĆ Z MIEJSCA,** administracja powinna zapewnić rynkom afrykańskim poręczenia kredytowe, inicjować bilateralne umowy o ochronie inwestycji i unikaniu podwójnego opodatkowania.
- 4. WARTO POMYŚLEĆ O ZWIĘKSZENIU LICZBY POLSKICH PLACÓWEK DYPLMATYCZNYCH I KONSULARNYCH** (choćby ze względu na ryzyko polityczne), a także o wykorzystaniu potencjału tych afrykańskich liderów polityki i biznesu, którzy studiowali w Polsce i mają o niej dobrą opinię.



dr Małgorzata Bonikowska

Partner zarządzający / Managing Partner of THINKTANK

Dr Małgorzata Bonikowska specialises in international relations and social communication. She studied at the University of Warsaw, the Sorbonne in Paris, and New York's Columbia University (Fulbright Grant). She was head of the European Information Centre at the Office of the Committee for European Information. She acted as an expert and head of the European Commission Information and Communication Programme in Poland and Bulgaria, and took part in EU projects, among others in India.

Specjalizuje się w problematyce stosunków międzynarodowych i komunikacji społecznej. Absolwentka m.in. Uniwersytetu Warszawskiego, paryskiej Sorbony i Uniwersytetu Columbia w Nowym Jorku (stypendium Fulbrighta). Przed wejściem Polski do UE kierowała Centrum Informacji Europejskiej w Urzędzie Komitetu Informacji Europejskiej. Była ekspertem i szefem Programu Informacji i Komunikacji Komisji Europejskiej w Polsce i Bułgarii. Uczestniczyła w projektach unijnych m.in. w Indiach.



Paweł Rabiej

Partner zarządzający / Managing Partner of THINKTANK

Paweł Rabiej specialises in innovation and strategy issues and in the processes of globalisation of Polish business. He headed the consortium drawing up and implementing Poland's communication strategy for the Polish Ministry of Foreign Affairs prior to EU accession, and was co-author of strategies for Polish towns, cities and regions.

Specjalizuje się w problematyce innowacyjności i strategii, a także w procesach globalizacji polskich firm. Kierował konsorcjum opracowującym i realizującym na zlecenie Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP strategię komunikacji Polski przed jej wejściem do Unii Europejskiej; współtworzył strategię promocji polskich miast i regionów.

Cooperation: Bartłomiej Nowak, a political scientist and economist, and an expert on international organisations. He is a visiting scholar at the Washington-based Transatlantic Academy and a graduate of the Kennedy School of Government at Harvard. He was executive director of the Center for International Studies in Warsaw and worked at the European Parliament and at the European Convention.

Współpraca: Bartłomiej Nowak, politolog i ekonomista, ekspert ds. organizacji międzynarodowych. Jest stypendystą waszyngtońskiej Transatlantic Academy. Absolwent Kennedy Harvard School of Government, był dyrektorem wykonawczym Centrum Stosunków Międzynarodowych, pracował także w Parlamencie Europejskim oraz przy Konwencji ds. Przyszłości Europy.

THE POLAND – AFRICA Dossier, prepared by the THINKTANK analytical centre, is part of the GLOBALNA FIRMA programme whose aim is to support the expansion of Polish enterprises abroad. This programme is conducted by THINKTANK and its partners under the patronage of the Ministry of Administration and Digitisation, the Ministry of Agriculture and Rural Development, the Ministry of Economy, the Ministry of Foreign Affairs, the Ministry of and Sports and Tourism and the Ministry of State Treasury.

Dossier POLSKA – AFRYKA, opracowane przez ośrodek analityczny THINKTANK, jest częścią programu GLOBALNA FIRMA mającego na celu wspieranie polskich przedsiębiorstw w ekspansji zagranicznej. Program jest realizowany przez THINKTANK i partnerów pod patronatem Ministerstwa Administracji i Cyfryzacji, Ministerstwa Gospodarki, Ministerstwa Skarbu Państwa, Ministerstwa Sportu i Turystyki, Ministerstwa Spraw Zagranicznych oraz Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.



The mission of the THINKTANK analysis and research centre is to provide Polish leaders in business and public administration with the inspiration and the tools for decision-making. THINKTANK conducts programs and projects relating to public policies issues as well as management, leadership and innovations in private and public institutions. Moreover, the institute publishes the THINKTANK quarterly and several other publications, organises conferences, conducts research and runs its own database of knowledge.

Misją ośrodka analitycznego THINKTANK jest dostarczanie polskim liderom biznesu i administracji publicznej inspiracji i narzędzi do podejmowania decyzji. THINKTANK prowadzi programy i projekty dotyczące m.in. polityk publicznych, spraw międzynarodowych, zarządzania, przywództwa oraz innowacji w firmach i instytucjach. Ośrodek wydaje także kwartalnik THINKTANK i inne publikacje, organizuje konferencje, prowadzi badania i ma własną bazę wiedzy.

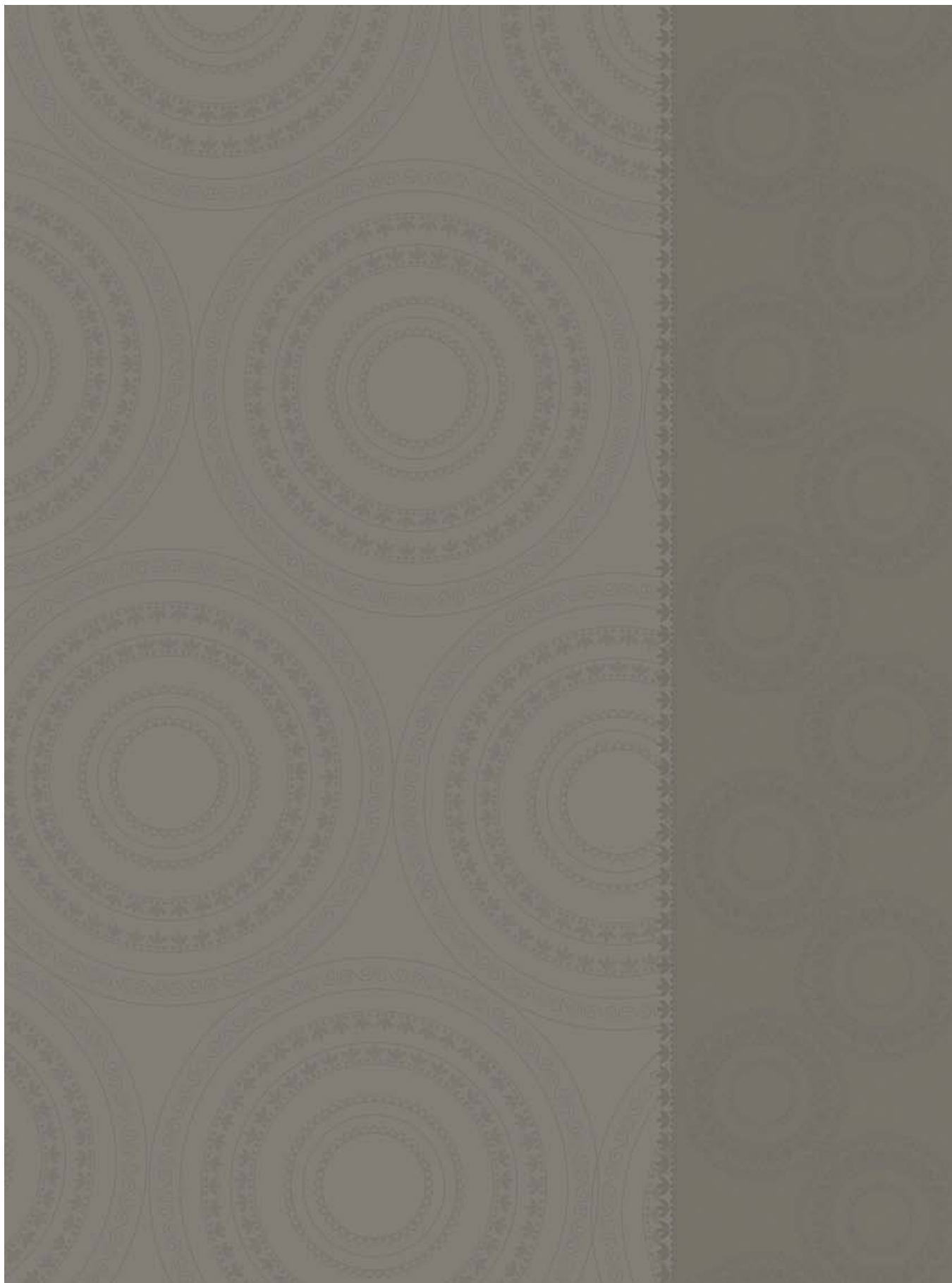
THINKTANK DOSSIER

PUBLISHER: THINKTANK Sp. z o.o.
ul. Mińska 25, 03-808 Warszawa

EDITORIAL CONCEPT:
dr Małgorzata Bonikowska
Bartłomiej Nowak, Paweł Rabiej

CONSULTATION: Kacper Kosowicz, Agata Mężyńska

PUBLISHING COORDINATOR: Anna Chyckowska
ARTISTIC DIRECTOR: Katarzyna Zbytniewska
GRAPHIC: Monika Chylińska
TRANSLATION: Jean-Jacques Granas (pp. 1–9, 32);
Jon Tappenden (pp. 12–21); Flexibris (p. 7) et al.
ISBN: 978-83-63460-16-7





THINKTANK

www.mttp.pl