

RYNEK HISZPAŃSKI

BIULETYN INFORMACYJNY nr 11/2013

WPHI AMBASADY RP W MADRYCIE
Grudzień 2013



Wydział Romocji Handlu i Inwestycji
Ambasada Rzeczypospolitej Polskiej w Madrycie

MINISTERSTWO
GOSPODARKI





Wydział Romocji Handlu i Inwestycji
Ambasada Rzeczypospolitej Polskiej w Madrycie

Szanowni Państwo,

Przedstawiamy 11. numer Biuletynu informacyjnego nt. rynku hiszpańskiego.

Biuletyn zawiera następujące, stałe elementy:

- Główne wskaźniki makro-ekonomiczne Hiszpanii,
- Bieżący stan polsko-hiszpańskiej wymiany handlowej,
- Hiszpańskie wiadomości gospodarcze,
- Ważniejsze działania promocyjno-informacyjne WPHI w Madrycie.

W ramach hiszpańskich wiadomości gospodarczych, przedstawiamy zagadnienia dot. m.in.: udziału funduszy zagranicznych w hiszpańskim kapitale bankowym, wzro-stu produkcji przemysłowej, dofinansowaniu dla nowo powstałych przedsiębiorstw oraz informacje świadczące o poprawie sytuacji gospodarczej w Hiszpanii.

Ponadto, tematem specjalnym biuletynu jest analiza zwyczajów hiszpańskich konsumentów artykułów rolno-spożywczych.

Mamy nadzieję, że dostarczone informacje pomogą Państwu w realizacji własnych projektów biznesowych oraz w podejmowaniu działań eksportowych.

Pozostajemy do Państwa dyspozycji.

Pozdrawiamy,

Mirostaw S. Węglarczyk

I Radca

Kierownik WPHI



I. Główne wskaźniki makroekonomiczne Hiszpanii	4
II. Polsko-hiszpańska wymiana handlowa	8
III. Hiszpańskie wiadomości gospodarcze	8
1. Większy udział funduszy zagranicznych w hiszpańskim kapitale bankowym	8
2. Blisko 50 sektorów hiszpańskiej gospodarki tworzy nowe miejsca pracy	9
3. Padł rekord liczby turystów zagranicznych odwiedzających Hiszpanię	9
4. Hiszpania liderem na światowej liście OECD oczekiwanych wzrostów gospodarczych	10
5. Hiszpania wychodzi z recesji	11
6. Wzrost produkcji przemysłowej w Hiszpanii	11
7. UE wzywa Hiszpanię do przeprowadzenia reform	12
8. Główny Urząd Skarbowy w Hiszpanii zaostrza walkę z oszustwami podatkowymi	12
9. Wzrost cen mieszkań w Hiszpanii po raz pierwszy od ostatnich pięciu lat	13
10. Hiszpański rząd dofinansowuje powstawanie nowych przedsiębiorstw	13
11. Nowa reforma podatkowa w Hiszpanii	14
12. Blisko 100 firm w Hiszpanii utworzy nowe miejsca pracy w roku 2014	14
IV. Analiza zwyczajów hiszpańskich konsumentów artykułów rolno-spożywczych	15
VI. Ważniejsze działania WPHI	17
1. Konferencja w Madrycie dotycząca energii odnawialnych w Polsce	17
2. Polskie stoisko na V edycji Międzynarodowych Targów – Fruit Attraction w Madrycie	17
3. Spotkanie z biznesem w Regionie Murcji	17

I. Główne wskaźniki makroekonomiczne Hiszpanii

Produkt Krajowy Brutto

W przeciwieństwie do roku 2011, kiedy PKB w Hiszpanii wzrósł o 0,4%, rok 2012 r. zakończył się spadkiem PKB do poziomu -1,4% w stosunku do roku poprzedniego. Nominalna wartość PKB w 2012 r. wyniosła nieco ponad 1,049 bln euro. Trend spadkowy utrzymał się także w I i II kw. 2013 r. W III kw. 2013 r. PKB wzrósł o 0,1% w stosunku do II kwartału br., mimo to spadł o 1,1% w stosunku do analogicznego okresu z roku ubiegłego.

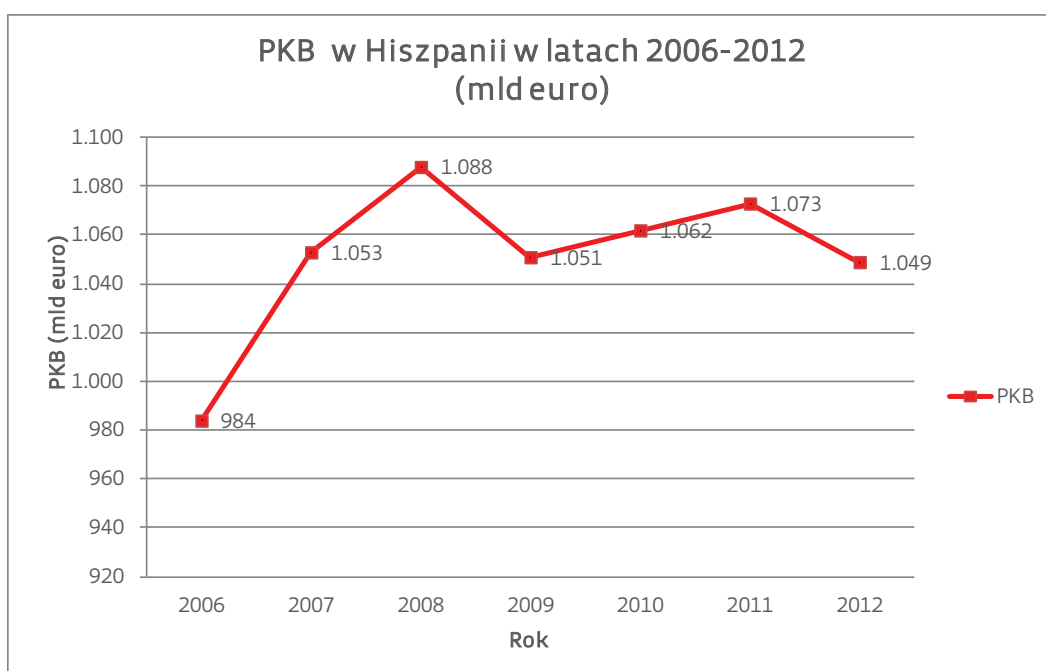
Na nieznaczny wzrost PKB w stosunku do poprzedniego kwartału miało wpływ zmniejszenie spadku popytu wewnętrznego o 1,2 p.p. w porównaniu do II kw. br. (ograniczenie spadku z 3,7 do 2,5%). Pozytywny wpływ na popyt wewnętrzny miało zmniejszenie spadku poziomu konsumpcji gospodarstw domowych z 3,3% w II kw. do 2,2% w III kw. 2013 r. oraz wzrost wydatków na administrację publiczną o 0,3% w stosunku do poprzedniego kwartału.

Eksport w Hiszpanii w III kwartale wzrósł w stosunku do poprzedniego kwartału o 2,2%, zaś w porównaniu do III kwartału 2012 r. wzrósł on o 4,7%.

Prognozy na 2014 r. dotyczące dalszej poprawy koniunktury hiszpańskiej gospodarki są coraz bardziej optymistyczne. Niektórzy analitycy zakładają, że w 2014 r. wzrost PKB może nawet uplasować się na poziomie 1%, podczas gdy według szacunków hiszpańskiego rządu wyniesie on 0,7%. Prognozy te istotnie różnią się od tych przyjętych przez OECD (+0,5%) i MFW (+0,2%). Głównym motorem wzrostu gospodarczego będzie rosnący udział hiszpańskiego eksportu w światowej wymianie handlowej oraz wzrost konsumpcji gospodarstw domowych w Hiszpanii. Poprawa koniunktury gospodarczej umożliwi zwiększenie zatrudnienia i redukcję bezrobocia we wszystkich sektorach.

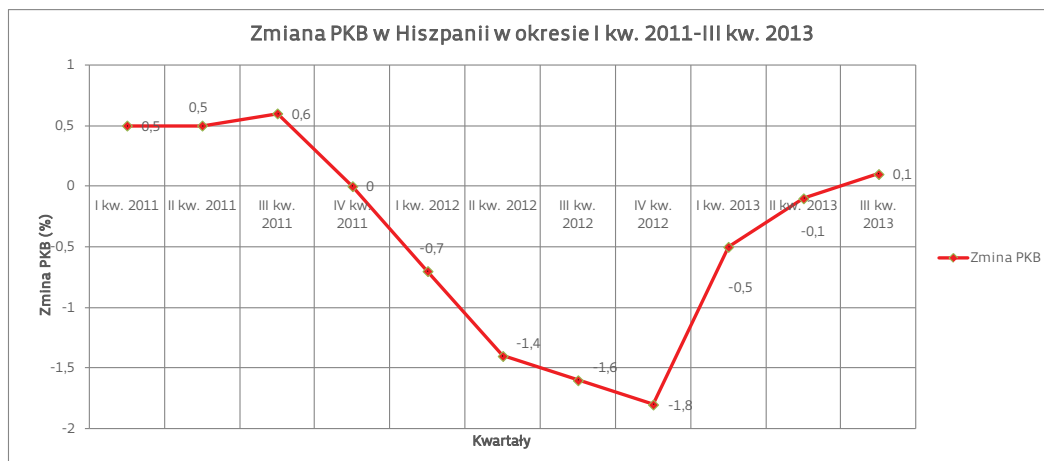
Poniższe wykresy przedstawiają zmiany nominalne i procentowe PKB w Hiszpanii.

PKB w Hiszpanii w latach 2006-2012 (mld euro)



Źródło: INE – Główny Urząd Statystyczny w Hiszpanii

Zmiana PKB w Hiszpanii w okresie I kw. 2010 - III kw. 2013



Źródło: INE - Główny Urząd Statystyczny w Hiszpanii

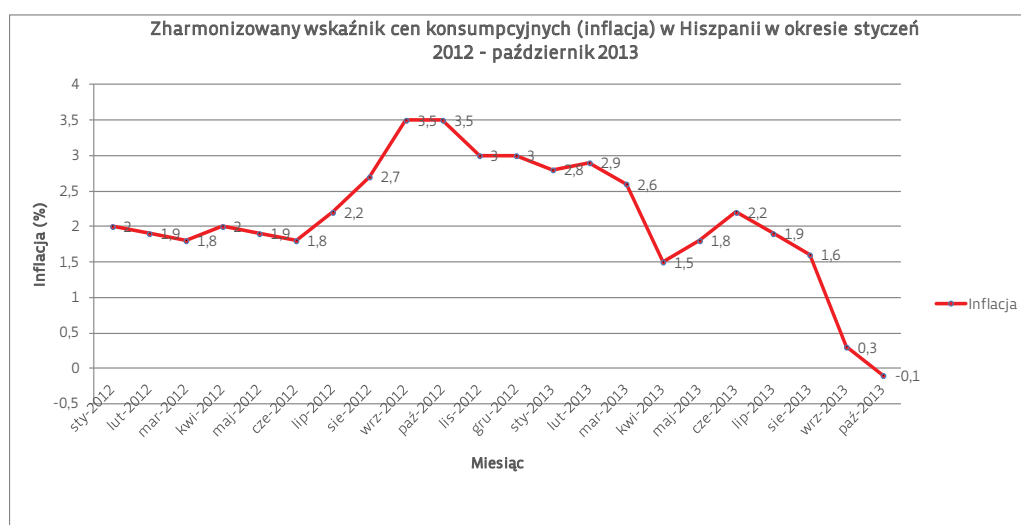
Inflacja

Średni wskaźnik inflacji w Hiszpanii w 2012r. wyniósł 2,4%. W pierwszym kwartale wykazywał on stabilność na poziomie ok. 2%. Jednak w kwietniu jego wartość nieznacznie wzrosła do 2,1%. W maju i czerwcu 2012r. odnotowano ponowne, niewielkie spadki do poziomu 1,9%. Natomiast lipiec zamknął się wskaźnikiem inflacji na poziomie 2,2%. W październiku 2012 r. stopa inflacji wzrosła o 3,5% w stosunku do października 2011 r. W ostatnich dwóch miesiącach 2012 roku stopa inflacji wyhamowała i ostatecznie średni roczny wskaźnik inflacji wyniósł 2,4%.

Od stycznia do października 2013 r. średni miesięczny wskaźnik inflacji wyniósł 1,75%, co oznacza spadek tego wskaźnika w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku, w którym wyniósł on 2,33%. W październiku w Hiszpanii zaobserwowano nieznaczną deflację na poziomie 0,1%. Eksperti wskazują jednak, że najprawdopodobniej jest to efekt statystyczny powstały w wyniku istotnego wzrostu cen w analogicznym okresie ubiegłego roku po podwyżce podatku VAT we wrześniu 2012 r.

Opisane dane, ujęte w poniższym wykresie, prezentują miesięczne zmiany wskaźnika inflacji w 2012 r. oraz w okresie I-X 2013 r.

Zharmonizowany wskaźnik cen konsumpcyjnych (inflacja) w Hiszpanii w okresie styczeń 2012 - październik 2013



Źródło: Ministerstwo Gospodarki

Bezrobocie

Liczba bezrobotnych w Hiszpanii w 2012 r. wzrosła szósty rok z rzędu i wyniosła 5,96 mln osób, a stopa bezrobocia przekroczyła 26,02%.

W styczniu 2013 r. poziom bezrobocia wzrósł o 2,72%, a w lutym o 1,19% w stosunku do miesiąca poprzedzającego. Natomiast począwszy od marca br. odnotowano po raz pierwszy w tym roku spadek liczby bezrobotnych o 0,1% w odniesieniu miesiąca poprzedniego. W kolejnych miesiącach, tj. kwietniu i maju, bezrobocie spadło odpowiednio o 0,91% i 1,97% w stosunku do miesiąca poprzedzającego.

W III kwartale 2013 r. w Hiszpanii zarejestrowanych było 5,9 mln bezrobotnych, a stopa bezrobocia wyniosła 25,98% i tym

samym odnotowano spadek liczby bezrobotnych o 1,23% w stosunku do II kw. 2013r.

W omawianym okresie w porównaniu do II kw. 2013 r. spadek bezrobocia odnotowano we następujących sektorach: usług (-7,05%), budownictwa (-8,14%), przemysłu (-10,15%). Jedynym sektorem, w którym bezrobocie wzrosło było rolnictwo (+5,92%).

Bezrobocie wśród mężczyzn spadło o 4,1 tys. (-0,13%), natomiast wśród kobiet o 68,7 tys. (-2,42%). Również zmniejszyło się bezrobocie w grupie osób młodych, poniżej 25 roku życia. Nadal jednak stopa bezrobocia w tej grupie jest jedną z najwyższych w Europie i wynosi 54,39%.

Poniższy wykres przedstawia roczne wahania stopy bezrobocia w ostatnich latach:

Stopa bezrobocia w Hiszpanii w latach 2006-2013 (%)



Źródło: INE – Główny Urząd Statystyczny w Hiszpanii

Deficyt i dług publiczny

Wysokość deficytu budżetowego w 2012 r. w Hiszpanii wyniosła 6,7% PKB (9,99% PKB po uwzględnieniu pomocy dla sektora bankowego), czyli odpowiednio 70,8 mld euro.

Zmniejszył się on w stosunku do roku 2011 o 2,24 p.p. (w 2011 r. deficyt wyniósł 8,96% PKB – 95,3 mld euro). W 2012 roku najbardziej do jego powstania przyczyniło się zadłużenie administracji centralnej – 40,3 mld euro i 3,83% PKB kraju. Należy zaznaczyć duży spa-

dek deficytu budżetowego Regionów Autonomicznych, których zadłużenie w ciągu roku wyniosło 18,2 mld euro, czyli 1,73% PKB kraju (wobec ponad 3,31% w roku poprzednim). Regionami o najwyższym jego poziomie są: Region Walencji (3,45%) oraz Murcja (3,02%).

Deficyt budżetowy na koniec III kwartału 2013 r. wyniósł 36,71 mld euro, co stanowi 3,58% PKB i w porównaniu z trzecim kwartałem 2012 spadł o 0,41%.

W walce z deficytem budżetowym Hiszpanii nie pomaga utrzymująca się recesja gospodarcza. Pod koniec lipca 2012 r. hiszpański rząd oficjalnie ogłosił, iż pomimo prognoz wzrostu gospodarczego w 2013 r., recesja przedłuży się do 2014 r., a kraj nie będzie w stanie wywiązać się z finansowych zobowiązań nałożonych przez UE (m.in. zmniejszenie deficytu budżetowego do poziomu 5,3% PKB w 2012 r. i 3% w 2013 r.).

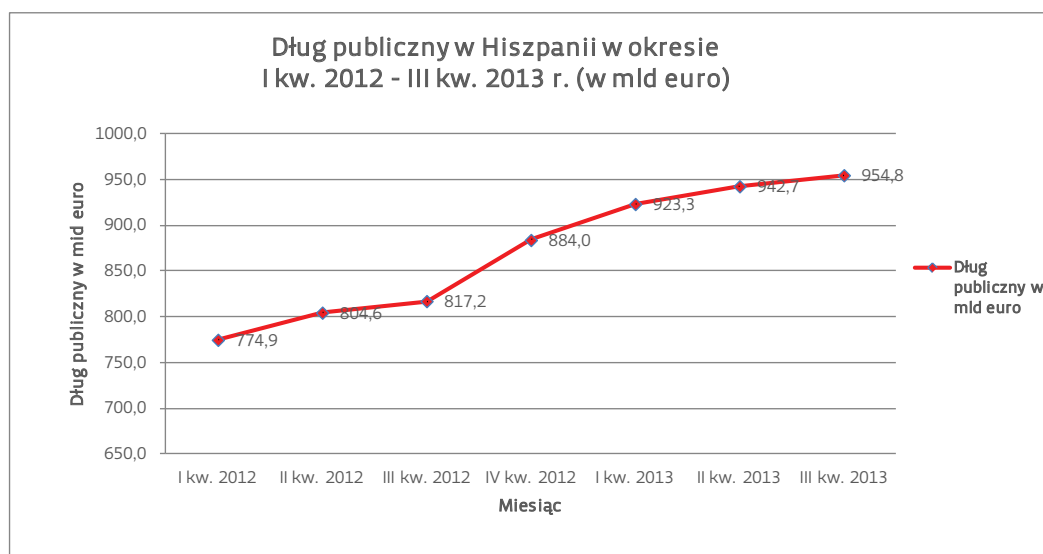
W lipcu 2012r. rząd hiszpański wprowadził szereg nowych reform oszczędnościowych, mających na celu zmniejszenie deficytu budżetowego. Objęły one m.in. podwyżkę

podatku VAT, redukcję wynagrodzeń w sektorze administracji publicznej, likwidację niektórych ulg mieszkaniowych, podwyżkę opłat za przejazd autostradami, zmniejszenie dopłat do leków, itp.

Poziom długi publicznego w Hiszpanii w 2012r. osiągnął wartość 884,42 mld euro, co stanowiło 84,1% PKB. Rok 2013 rozpoczął się dalszym wzrostem poziomu długu publicznego, który na koniec III kw. wyniósł 954,86 mld euro (93,3% PKB), w odróżnieniu od wartości zanotowanej w analogicznym okresie roku 2012, wynoszącej 72,9% PKB.

Regionem o największym zadłużeniu w III kw. 2013r., które wyniosło 53,66 mld euro jest Katalonia (27,20% PKB). Natomiast spośród największych miast hiszpańskich, powyżej 500 tys. mieszkańców, najbardziej zadłużony jest Madryt, którego dług wyniósł w III kw. br. 7,41 mld euro. Dług ten wzrósł nieznacznie w stosunku do analogicznego okresu z ubiegłego roku o 0,72 %.

Dług publiczny w Hiszpanii w okresie I kw. 2011 - IV kw. 2012 r. (w mld euro)



Źródło: Banco de España

II. Polsko-hiszpańska wymiana handlowa

W okresie od stycznia do października 2013r. obroty handlowe Polski z Hiszpanią wyniosły 5,36 mld euro i wzrosły w porównaniu z analogicznym okresem z roku ubiegłego o 8%, natomiast eksport polskich towarów i usług w omawianym okresie wzrósł o 10%. Saldo bilansu handlowego w omawianym okresie było dodatnie i wyniosło 28,15 mln euro.

Struktura polsko-hiszpańskiej wymiany handlowej

W polskim eksporcie do Hiszpanii do października 2013 r., pod względem jego wartości, dominowały towary z następujących sektorów:

- maszyny i urządzenia mechaniczne, sprzęt elektryczny i ich części,
- wyroby przemysłu chemicznego i przemysłów pokrewnych,
- pojazdy i jednostki pływające,

- artykuły rolno-spożywcze (w tym głównie mięso i nabiał),
- tworzywa sztuczne i wyroby z nich, kauczuk i wyroby z kauczuku,
- metale nieszlachetne i wyroby z nich,
- wyroby różne (w tym głównie meble i zabawki).

Z Hiszpanii Polska importuje głównie:

- artykuły rolno-spożywcze (wieprzowina, ryby i przetwory rybne, oliwa z oliwek, wino, cytrusy),
- wyroby przemysłu chemicznego,
- statki powietrzne, jednostki pływające,
- urządzenia mechaniczne i elektryczne, do rejestracji odbioru dźwięku,
- wyroby z metali nieszlachetnych,
- tworzywa sztuczne i wyroby z nich, kauczuk.

III. Hiszpańskie wiadomości gospodarcze

1. Większy udział funduszy zagranicznych w hiszpańskim kapitale bankowym

Już ponad 50% kapitału banków Santander i BBVA należy do inwestorów zagranicznych. Tendencje wzrostowe można zauważyć przede wszystkim w sektorze banków średnich. W Bankinter i Banco Popular wskaźnik ten przekroczył już 30%.

Według instytutu Bloomberg ok. 54,95% kapitału Banku Santander znajduje się

w rękach firm zagranicznych, co czyni go najbardziej umiędzynarodowionym akcjonariuszem w tym sektorze. Najwięcej akcji posiadają tacy udziałowcy jak: BNP Paribas, BlackRock czy Norges Bank. Około 50% akcji banku BBVA jest w rękach inwestorów spoza Hiszpanii, czyli o 6% więcej niż w roku poprzednim.

Znaczący wzrost kapitału zagranicznego można zaobserwować również w takich bankach jak Bankinter, mimo wyjścia Credit

Agricole, czy w Banco Popular i Credit Muel. W Banku Sabadell został on potrojony, i osiągnął 18% udziału kapitału zagranicznego.

Ten pozytywny trend świadczy o wzroście zaufania inwestorów zagranicznych, znacznie nadwyreżonego w okresie boomu w sektorze budowlanym.

Opracowano na podstawie dziennika ekonomicznego Expansi3n z dn. 07.10.2013

2. Blisko 50 sektor3w hiszpańskiej gospodarki tworzy nowe miejsca pracy

Kolejna pozytywna wiadomořć dla rynku zatrudnienia w Hiszpanii. W trzecim kwartale br. wzrost PKB w Hiszpanii wyni3ł 0,1%. Ponadto zostało utworzonych 367 tys. nowych miejsc pracy w 46 sektorach gospodarki, przede wszystkim w sektorze słuźby zdrowia. Spadek bezrobocia odnotowano takźe w hotelarstwie i handlu, mimo zmniejszającej się konsumpcji.

W sektorze opieki zdrowotnej powstało ponad 54 tys. stanowisk pracy. Ta tendencja wzrostowa jest efektem starzenia się społeczeñstwa i rozwojem działalnořci prywatnej. Dzieki temu pozytywnemu impulsowi, został przywr3cony poziom zatrudnienia z zeszłego roku.

Rekordowa liczba turyst3w zagranicznych spowodowała takźe wzrost pracowników w hotelarstwie. Do wrzeřnia br. Hiszpanie odwiedziło prawie 50 mln ludzi, czyli o ok. 5 % wi3cej niź w roku 2012. Specjaliřci podkreślają, że nowe miejsca pracy nie s3 jedynie zjawiskiem tymczasowym.

Trzecie miejsce pod wzgl3dem tworzenia nowych miejsc pracy zajmuje sektor restauracyjny, w którym prac3 znalazło ponad 40 tys. os3b, a od pocz3tku roku 112 tys. Ma to zwi3zek z okresem wakacyjnym. Jest to praca tymczasowa, na niepełny etat i o niskich zarobkach.

Usługi zwi3zane z utrzymaniem i renowacj3

budynk3w r3wnieź wykazuj3 pozytywn3 tendencj3 wzrostow3. Mimo kryzysu w budownictwie, utworzono w III kw. br. blisko 26,5 tys. nowych miejsc pracy, co ma przede wszystkim zwi3zek ze wzrostem PKB.

Konsumpcja spada, ale zatrudnienie w handlu pierwszy raz od trzech lat rořnie, gdzie wygenerowano 18 tys. miejsc pracy. Sektor ten musiał niestety zmierzyć się ze sporym wyzwaniem, gdyź od okresu Źwi3tecznego w grudniu 2012r. prac3 straciło ponad 41 tys. os3b.

Intensyfikacja hiszpańskiego eksportu, który w ci3gu ořmiu miesi3cy odnotował 6% wzrost w por3wnaniu z analogicznym okresem w roku poprzednim, spowodował duźy rozwój zatrudnienia w transporcie. Utworzono 14,2 tys. nowych miejsc pracy, a od pocz3tku br. ok. 24 tys. Ta tendencja wpływa takźe na inne sektory tj. transport morski, rzeczny i powietrzny.

Opracowano na podstawie dziennika ekonomicznego Expansi3n z dn. 25.10.2013

3. Rekordowa liczba turyst3w zagranicznych odwiedzaj3cych Hiszpani3

Mi3dzy styczniem a wrzeřniem 2013 r. Hiszpani3 odwiedziło ok. 49 mln turyst3w. To około 4,6% wi3cej niź w roku poprzednim i tym samym został pobity rekord os3b odwiedzaj3cych ten kraj. Tylko w okresie wakacyjnym przyjechało 22,67 mln ludzi, z czego najwi3cej z kraj3w nordyckich oraz Wielkiej Brytanii (Instytut Badañ Turystki – IET). O blisko 30% wzrosła r3wnieź liczba turyst3w rosyjskich.

Sektor turystyczny jest bardzo waźny w hiszpańskim budźecie, gdyź jego dochody stanowi3 10% PKB. Ponadto, w 2013 roku odwiedzaj3cy wydali o 7,2% wi3cej niź w roku ubiegłym. Nie wszystkie regiony Hiszpanii s3 jednakowo atrakcyjne dla obcokrajowc3w. Najwi3szym zainteresowaniem cieszy

się Katalonia, następnie odpowiednio Baleary, Wyspy Kanaryjskie i Andaluzyja. Aż 80% turystów skorzystało z transportu lotniczego a ok. 65% zatrzymało się w hotelach.

Opracowano na podstawie dziennika ekonomicznego Expansi3n z dn. 23.10.2013 r.

4. Hiszpania liderem na światowej liście OECD oczekiwanych wzrost3w gospodarczych

Tegoroczny wskaźnik koniunkturalny Composite Leading Indicator (CLI) opublikowany na początku października br. przez OECD dla Hiszpanii wzr3sł o 0,26 pkt. i osi3gn3ł wartośc 102,02 pkt. co sugeruje, że jej aktywnośc gospodarcza jest bliska długoterminowym trendom. Tym samym Hiszpania zajął3 pierwsze miejsce wsr3d 38 kraj3w ujętych w tym zestawieniu.

W badaniu przeprowadzonym wsr3d kraj3w rozwiniętych użyto danych, które pozwalają na przewidzenie fluktuacji aktywnośc ekonomicznej. OECD wybiera kluczowe skł3dniki wskaźnika osobno dla kaźdego z państw. W przypadku Hiszpanii wzięto pod uwagę, m.in. wzrost wymiaru godzin pracy, wolumen zamówień, zużycie surowc3w, liczbę pozwoleń na budowę. S3 to og3lne dane, które obrazują zmiany tendencji w początkowych fazach produkcji, które jako pierwsze wpływają na zmianę koniunktury gospodarczej. Wpływają one takż3 na podmioty rynkowe, a co za tym idzie na inwestor3w międzynarodowych. Analizując te dane, wskaźnik koniunktury reprezentuje oczekiwane zmiany względem potencjalnego wzrostu gospodarczego kaźdego kraju, który jest średni3 osłatnich lat.

Gospodarka hiszpańska poprawia swoje wyniki od czasu kiedy kryzys osi3gn3ł swoje apogeum w sierpniu 2012r. W zaledwie 12 miesi3cy wskaźnik ten wzr3sł z 99,75 pkt. do 102,02 pkt. i Hiszpania wyprzedził3 Irlandię,

kt3ra osi3gnęł3 wynik 101,94 pkt. oraz Now3 Zelandię z wynikiem 102 pkt.

W zestawieniu rocznym Hiszpanię wyprzedził3 Portugalia i Grecja, jednakże ma ona pewn3 przewagę. Oba kraje osi3gnęły wynik na poziomie 101,37 pkt. i 101,78 i nie s3 to rezultaty tak znaczące jak w przypadku Hiszpanii.

W Europie zauważyć można pozytywne impulsy. Średni wskaźnik dla strefy euro wzr3sł o 0,18 pkt. we wrzesniu br. Wzrost niemieckiej gospodarki oceniono na poziomie 0,16 pkt., co potwierdza stał3 progres. We Francji, drugiej co do wielkośc gospodarki strefy euro, odnotowano przyrost jedynie o 0,05 pkt., jednak dopiero w perspektywie 5-ciu miesi3cy.

Stany Zjednoczone uplasowały się na poziomie 100,94 pkt., dośc stabilnie w por3wnaniu z sierpniem br. utrzymując tym samym pozytywn3 tendencję w okresie długoterminowym. Kraje azjatyckie kontrastują względem prognoz dla Europy. Wedł3g OECD Chiny zredukowały się po spadku lipcowym i powróciły do tendencji wzrostowej, a Rosja wciąż stara się osi3gn3ć wzrost gospodarczy.

Niestety reszta kraj3w, które wzięły udział w badaniu, wykazały trend spadkowy., kt3rego przykł3dem s3 Indie uplasowane na osłatnim miejscu z wynikiem 96,95 pkt. Pozostał3 kraje: Brazylia, Indonezja, RPA, Turcja, Chile i Meksyk równieź odnotowały straty, co może być spowodowane trudnym momentem w jakim znajduj3 się waluty tych kraj3w.

Podsumowując, OECD wskazuje na pozytywne aspekty, które świadczą o og3lnym wzroście i o podjętych wysiłkach wsr3d kraj3w rozwiniętych słuźących poprawie koniunktury gospodarczej.

Opracowano na podstawie dziennika ekonomicznego Expansi3n z dn. 10.10.2013

5. Hiszpania wychodzi z recesji

Według Banku Centralnego w III kw. 2013 r. hiszpańska gospodarka odnotowała wzrost gospodarczy.

Według szacunków banku w okresie od lipca do września br. hiszpański PKB zwiększył się o 0,1%. Wzrost jest wprawdzie minimalny, lecz biorąc pod uwagę, że ostatni dodatni wynik zanotowano w II kw. 2011 r. opublikowane dane świadczą o postępach w procesie uzdrawiania hiszpańskiej ekonomii.

Wskutek dalszego ograniczania wydatków budżetowych popyt wewnętrzny spadł o 0,3%. Po raz pierwszy od półtora roku zwiększyły się wydatki gospodarstw domowych. Głównym motorem wzrostu gospodarczego stał się eksport, który dzięki poprawie konkurencyjności osiąga rekordowe wyniki. W ciągu pierwszych ośmiu miesięcy tego roku sprzedaż hiszpańskich towarów za granicę wzrosła o 6,6 proc., osiągając wartość 155,8 mld euro. Jednocześnie w omawianym okresie import do Hiszpanii spadł o 3,2%, w związku z czym deficyt w bilansie handlowym spadł do poziomu 0,8 % PKB.

Informacje przekazane przez Bank Centralny i Ministerstwo Finansów zostały dobrze przyjęte przez rynki finansowe. Rentowność 10-letnich hiszpańskich obligacji spadła do poziomu 4,14%, a różnica w porównaniu z niemieckimi obligacjami zmniejszyła się do najmniejszego poziomu od dwóch lat. Zeszlatoroczny rekord rentowności hiszpańskich obligacji wyniósł 7,75 %.

Zarówno rząd hiszpański jak i inwestorzy mają świadomość, iż największym problemem w Hiszpanii jest bezrobocie, które obecnie wynosi 26,3%, a wśród młodzieży nawet 56%. Według Międzynarodowego Funduszu Walutowego 25% bezrobocie będzie się utrzymywać do 2018 r. Drugim problemem hiszpańskiej gospodarki jest zadłużenie kraju, deficyt wyniósł w zeszłym roku 10,6% PKB,

co było najgorszym wynikiem w Unii Europejskiej.

Wartość wszystkich tegorocznych inwestycji hiszpańskich firm szacuje się na 5,65 mld euro. Według syntetycznego wskaźnika koniunktury gospodarczej, uzdrowienie hiszpańskiej gospodarki będzie kontynuowane w 2014 roku.

Opracowano na podstawie dziennika ekonomicznego Expansi3n z dn. 24.10.2013

6. Wzrost produkcji przemysłowej w Hiszpanii

Z danych Hiszpańskiego Urzędu Statystycznego (INE) wynika, że produkcja przemysłowa we wrześniu 2013 r. wzrosła o 3,6% w skali rocznej. Ponadto dynamika wzrostu była o ponad 7 punktów procentowych wyższa niż w sierpniu br. Na ten wynik miała wpływ większa liczba dni roboczych w porównaniu z wrześniem ubiegłego roku. Gdyby skorygować ten wynik poprzez wyłączenie efektu statystycznego dni roboczych tempo wzrostu wyniosłoby 1,4% we wrześniu i byłoby o 3,5 % wyższe niż w sierpniu (-2,1%).

W ślad za wzrostem produkcji przemysłowej podążają również inne wskaźniki makroekonomiczne. We wrześniu sprzedaż detaliczna wzrosła o 2,1% po 3-letnim okresie spadków. Warto też nadmienić, iż w III kw. 2013 r. hiszpański PKB wzrósł o 0,1%, co oznacza początek końca recesji gospodarczej w Hiszpanii.

Poprawa koniunktury gospodarczej znajduje odzwierciedlenie we wszystkich branżach z sektora przemysłu i budownictwa z wyjątkiem branży energetycznej. We wrześniu 2013 r. największe ożywienie było widoczne w przedsiębiorstwach wytwarzających środki produkcji (wzrost o 8,4%), a w szczególności produkcji metali na potrzeby budownictwa,

maszyn specjalnego przeznaczenia i komponentów do pojazdów mechanicznych.

Produkcja przemysłowa wzrosła w 13 wspólnotach autonomicznych, ale największy wzrost odnotowały takie wspólnoty jak Asturia (21,1%), Aragonia (10%) i Murcja (6,8%).

Opracowano na podstawie dziennika ekonomicznego Expansi3n z dn. 08.11.2013

7. UE wzywa Hiszpani3 do przeprowadzenia reform

Komisja Europejska wskazała na nieprawidlowość w 16 z 28 kraj3w UE. Teraz przeprowadzi dokladn3 analiz3 w celu ustalenia, czy niezb3dne b3dzie podj3cie działań naprawczych. Sześć słabych punkt3w gospodarki hiszpańskiej:

1. Bezrobocie

Przeciętna stopa bezrobocia w Hiszpanii w latach 2010-2012 wynosiła 22,3% i była ona odległa od wytyczonego przez Uni3 Europejsk3 celu redukcji bezrobocia do 10%. W 2012 r. stopa bezrobocia zwi3kszyła si3 o kolejne 3 punkty procentowe i osi3gnęła poziom 25%

2. Dług publiczny

W 2013 r. hiszpański dług publiczny ukształtował si3 na poziomie 90% wysokośći PKB, w por3wnaniu z 37% w 2007 r. Wartość ta znacznie przekracza wyznaczone przez UE ograniczenie w moźliwościci zaci3gania dłuģu publicznego, które wynosi 60%.

3. Dług prywatny

Zadłuģenie sektora prywatnego w Hiszpanii osi3gnęło wartośc 194% wysokośći PKB, podczas gdy UE ustaliła ograniczenie do poziomu 133% PKB.

4. Eksport

Chociaź wartośc hiszpańskiego ekspor-

tu zwi3kszyła si3 w ostatnich latach, jego udział w eksporcie światowym si3 zmniejszył, gdyż wolumen eksportu kraj3w rozwijaj3cych si3 takich jak Chiny, Brazylia czy Rosja zwi3kszył si3 dośc znacząco.

5. Inwestycje zagraniczne

Inwestycje zagraniczne wci3ż pozostaj3 słabym punktem hiszpańskiej gospodarki. W latach 2009-2012 zaobserwowano wzrost ujemnej wartościci wskaźnika NOI (ang. Net Outward Investment – odpływ inwestycji netto). Oznacza to, że strumień inwestycji podejmowanych przez hiszpańskie przedsiębiorstwa za granic3 jest mniejszy od napływu inwestycji do kraju.

6. Konkurencyjność

Zmiany konkurencyjności w obr3bie strefy euro mierzy si3 za pomoc3 zmian wskaźnika realnego efektywnego kursu wymiany REER (ang. Real Effective Exchange Rate), który oblicza si3 za pomoc3 inflacji albo jednostkowych koszt3w pracy (ang. Unit Labor Costs - ULC). Wskaźnik REER pozwala zmierzyć konkurencyjność gospodarek państw o wsp3lnej walucie. W latach 2010-2012 w Hiszpanii moźna było zaobserwować spadek tego wskaźnika o 5,2%, co oznacza wzrost konkurencyjności gospodarki hiszpańskiej w por3wnaniu z innymi krajami UE. Jeźeli jednak dynamika spadku tego wskaźnika przekracza 5%, uwaźa si3 to za odchylenie od stanu równowagi.

Opracowano na podstawie dziennika ekonomicznego Expansi3n z dn. 07.08.2013r.

8. Gł3wny Urz3d Skarbowy w Hiszpanii zaostrza walk3 z oszustwami podatkowymi

Hiszpańskie Ministerstwo Finans3w d3dźy do zmniejszenia rozmiar3w szarej strefy poprzez zwi3kszenie kontroli.

W celu zmniejszenia skali naduźyć po-

datkowych takich jak unikanie naliczenia podatku VAT Urzędnicy Głównego Urzędu Skarbowego (hiszp. Agencia Tributaria) będą przeprowadzać kontrole na imprezach sponsorowanych, uroczystościach i zabawach szkolnych, a także na przyjęciach okolicznościowych takich jak wesela, chrzciny czy komunie.

Praktyki te mogą wydawać się nieco kontrowersyjne, jednak nie ulega wątpliwości, że posłużą one dobru ogółu społeczeństwa. W 2012 r. dzięki kontrolom tego typu udało się ściągnąć należności podatkowe w wysokości 11,5 mld euro, co stanowiło 10% wzrost w stosunku do 2011 r.

Opracowano na podstawie dziennika ekonomicznego Expansi3n z dn. 14.11.2013 r.

9. Wzrost cen mieszkań w Hiszpanii po raz pierwszy od ostatnich pięciu lat

Ceny mieszkań w Hiszpanii zaczęły wzrastać po raz pierwszy od pięciu lat. Niewielki wzrost (0,91%) odnotowano tylko w ujęciu kwartalnym, jednakże jest to zdecydowana zmiana w stosunku do długoletniej tendencji spadkowej cen mieszkań w Hiszpanii. Jednak według specjalistów jeszcze jest za wcześnie na stwierdzenie o reaktywacji rynku nieruchomości i należy poczekać do następnych kwartałów, aby móc potwierdzić zmianę w tendencji na rynku nieruchomości.

Obecne ceny mieszkań znajdują się na tym samym poziomie co w roku 2003 i zauważono stabilizację popytu na mieszkania. Jedną z przyczyn ożywienia na rynku nieruchomości jest zakup mieszkań przez nabywców zagranicznych (12,16%). Najwięcej mieszkań kupują Anglicy, Francuzi, Rosjanie, Belgowie i Niemcy.

Opracowano na podstawie dziennika ekonomicznego Expansi3n z dn. 26.11.2013 r.

10. Hiszpański rząd dofinansowuje powstawanie nowych przedsiębiorstw

Hiszpański rząd i samorzady regionalne rozszerzają gamę pomocy finansowych, których celem jest zachęcanie do tworzenia własnych firm i szerzenia przedsiębiorczości wśród obywateli hiszpańskich. Spośród różnych dofinansowań dla nowych przedsiębiorców możemy wyróżnić następujące subwencje:

Horizon 2020 - jest to program finansowany przez Unię Europejską skierowany na tworzenie i rozwój przedsiębiorstw innowacyjnych. Jedną z nowości jest inicjatywa „Instrumento Pymes”, na którą przeznaczono 2,7 mln euro dla nowych projektów w okresie 2014-2020.

Cosme - jest to program, który pomaga małym i średnim firmom zwiększyć konkurencyjność, jak również pomóc w internacjonalizacji firm. Na tą inicjatywę przeznaczono 2,3 mln euro.

Patent Box - jest to pomoc publiczna Urzędu Skarbowego, która ma na celu promocję rozwoju i innowacyjność w sektorze prywatnym.

Enisa - Hiszpańska krajowa firma ds. Innowacyjności co roku udziela kredytu na rozpoczęcie projektów w sektorze rozwoju nowych technologii. Wysokość pożyczki oscyluje wokół 300 tys. euro

ICO - jest to pomoc agencji kredytowych, które udzielają pożyczek firmom i osobom z własną działalnością gospodarczą. Maksymalna kwota jakiej udzielają agencje to 10 mln euro.

ICO SGR - pomoc dla firm z kapitałem hiszpańskim, pomoc jest udzielana za pośrednictwem agencji kredytowych, kwota maksymalna udzielana 1 mln euro.

Program Neotec - jest to program zainicjowany przez Centrum Rozwoju Technologii Przemysłowej (CDTI), skierowany jest do nowych małych i średnich przedsiębiorstw w celu ulepszenia bazy technologicznej firmy.

Eksport (Exportación) – program ten ma na celu wspomaganie eksportu średnio i długoterminowego firm hiszpańskich. Maksymalna kwota to 25 mln euro.

Innowacyjność (Innovación) – praktycznie wszystkie samorzady regionów hiszpańskich udzielają pomocy firmom innowacyjnym.

Emplea – ta pomoc przeznaczona jest dla absolwentów uczelni wyższych i szkół zawodowych w obrębie Państwowego Planu „Talent i Zatrudnienie” 2013-2016.

Program IDEA – ten program ma na celu rozwój innowacyjności i polepszenie struktur firm z Andaluzji. Składanie podań do 31 grudnia 2013.

Madrid EMPRENDE – ten program ma na celu dofinansowanie 50 % minimalnej kwoty dla osób, które chcą otworzyć swoją działalność finansową i mają mniej niż 30 lat.

Opracowano na podstawie dziennika ekonomicznego Expansión z dn. 11.12.2013 r.

11. Nowa reforma podatkowa w Hiszpanii

Reforma podatkowa, która będzie wprowadzana stopniowo począwszy od 2014 roku ma zawierać następujące zmiany:

- ulgi w podatkach od dochodów osób fizycznych, które powinny ożywić rynek wewnętrzny,
- zastosowanie podatku VAT w wysokości 21% dla większej ilości produktów, które obecnie posiadają 4% stawkę VAT,
- zmniejszenie ilości ulg podatkowych dla spółek,
- przewiduje się wprowadzenie ulg podatkowych dla planów oszczędnościowych długoterminowych.

Opracowano na podstawie dziennika ABC z dn. 10.12.2013 r.

12. Blisko 100 firm w Hiszpanii utworzy nowe miejsca pracy w roku 2014

Rok 2014 przedstawia nowe perspektywy w odbudowie hiszpańskiej gospodarki. Dzięki wzrostowi PKB, wzrostowi konsumpcji i powiększeniu liczby zamówień eksportowych, hiszpańskie firmy odnawiają swoje plany w tworzeniu nowych miejsc pracy. Hiszpański dziennik ekonomiczny Expansión wymienił firmy z różnych sektorów, które mają zamiar utworzyć nowe miejsca pracy. Począwszy od firm przewoźniczych, handlowych, tekstylnych po firmy technologiczne i z sektora motoryzacyjnego. Najwięcej nowych miejsc pracy powstanie w branży FCMG (z ang. Fast-Moving Consumer Goods), jak również w sektorze motoryzacyjnym, gdzie producenci samochodów takich marek jak Renault, Ford, Nissan i PSA mają zamiar zainwestować duży kapitał w hiszpańskie fabryki samochodów. Łączna suma nowych miejsc pracy ma wynieść 32 tys., z czego grupa Nestle ma zamiar zatrudnić 1 290 młodych pracowników, Carrefour planuje kontrakty dla 1,5 tys. osób, McDonlad's stworzy 900 nowych miejsc pracy, Orange rozszerzy liczbę swoich pracowników o 2 tys. a przedsiębiorstwa lotnicze(Norwegian, Vueling i Volotea) w sumie o około 1 tys. nowych pracowników. W sektorze motoryzacyjnym najwięcej nowych stanowisk pracy utworzy Renault (1,3 tys.) i Nissan około 1 tys. Francuska grupa PSA planuje miejsca pracy dla 7 tys. osób w Vigo i 2,1 tys. mieszkańców Madrytu. W sektorze przemysłowym nowe miejsca pracy będą tworzyć takie przedsiębiorstwa jak Carbures, Grifols, Matsa, ITP i Tubacex. Natomiast w sektorze finansowym (audyt i kontroling) nowe stanowiska będą zapewnione przez firmy międzynarodowe między innymi przez Deloitte (1,1 tys.), PwC, KPMG, Ernest&Young, BDO i Grant Thornton.

Opracowano na podstawie dziennika ekonomicznego Expansión z dn. 9.12.2013r.

IV. Analiza zwyczajów hiszpańskich konsumentów artykułów rolno-spożywczych

Zachowania konsumentów hiszpańskich zmieniały się wyraźnie w ciągu ostatnich 10 lat – Hiszpanie w ostatnich latach dużo podróżowali po innych krajach, tak więc również ich zwyczaje konsumpcyjne uległy przemianom – są teraz bardziej „globalni”, ciekawi świata i prowadzą styl życia, w którym jedzenie i gastronomia są coraz bardziej istotnym czynnikiem.

Stąd też w ostatnich latach na półkach hiszpańskich supermarketów pojawiły się w większej ilości produkty z różnych stron świata. Wyróżniają się produkty azjatyckie oraz z Ameryki Łacińskiej, co dodatkowo związane jest z dużą imigracją z tych krajów.

Widać również rosnące zainteresowanie włączaniem przez konsumentów do codziennej diety, szczególnie jeżeli mówimy o segmencie klasy średniej i wyższej, produktów zagranicznych, nazywanych również „etnicznymi”, a obecność produktów europejskich i międzynarodowych jest coraz szersza.

Warto też zwrócić uwagę, że w wyniku coraz większej obecności społeczności muzułmańskich i latynoamerykańskich w Hiszpanii, coraz więcej segmentów rynku związanych z tradycyjnymi produktami diety śródziemnomorskiej ulega przemianie. Przykładem jest oliwa z oliwek, która wraz z napływem imigrantów, zaczęła powoli zmniejszać udział w rynku na rzecz innych olejów roślinnych, które do tej pory praktycznie nie występowały na hiszpańskim rynku.

Na rynku pojawia się również coraz więcej produktów z segmentu produktów ekologicznych, koszernych i halal, po części w związku z napływem imigrantów, a po części

w związku z rosnącą popularnością kuchni międzynarodowej wśród samych Hiszpanów.

Tak jak to dzieje się również w innych krajach, w tym obecnie i w Polsce, programy telewizyjne związane z gastronomią, kulinarne kanały tematyczne, kulinarne portale internetowe, rosnąca rola blogerów internetowych promujących produkty i kuchnię innych krajów, sprzyjają wzrostowi zainteresowania kuchnią międzynarodową i produktami zagranicznymi, i w konsekwencji przekładają się na utrzymujący się popyt na produkty spożywcze, co nie jest oczywistym wnioskiem w przypadku rynku stosunkowego dojrzałego, jakim jest Hiszpania, i znajdującego się w ostatnich latach w kryzysie gospodarczym.

W ostatnim okresie odnotować można również zmiany w zachowaniach konsumentów jeżeli chodzi o miejsce spożywania posiłków. Wcześniej konsumenci częściej decydowali się na jedzenie „na mieście”, aktualnie coraz częściej decydują się na gotowanie i jedzenie w domu. Przyczyną z jednej strony jest gorsza sytuacja ekonomiczna, ale też i wzrost popularności gotowania w domu. Sprzyja to podtrzymywaniu popytu na artykuły spożywcze w sprzedaży detalicznej.

Z punktu widzenia lojalności konsumentów wobec marek trzeba zauważyć, że Hiszpania, podobnie jak wiele innych krajów, takich jak Francja, Wielka Brytania, czy Niemcy, poddaje się coraz bardziej procesowi przejmowania rynku przez marki własne sieci handlowych. Ten proces jest coraz silniejszy i stanowi istotny problem dla producentów artykułów spożywczych skupiających się na sprzedaży pod marką producenta, ze względu na silną konkurencję cenową

i częste zjawisko braku odróżniania przez konsumentów produktów występujących pod marką producenta i produktów sprzedawanych pod marką sieci handlowej.

Poziom lojalności wobec marki własnej sieci handlowej jest w niektórych przypadkach na tyle wysoki, że np. sieci Mercadona udało się przekonać znaczącą część swoich klientów do preferowania marki sieci handlowej przed markami producentów, które klienci kupowali do tej pory i do których byli przyzwyczajeni niemal od urodzenia. Sieciom handlowym udaje się przekonać klientów do jakości produktów oferowanych pod marką własną i w ten sposób przejmować coraz większą część rynku. Bardziej szczegółowe dane dotyczące tego procesu można uzyskać w rozdziale 5. dotyczącym sektora dystrybucji w Hiszpanii.

Jak wskazują wyniki badania Global Consumer Survey zrealizowanego przez firmę Nielsen w 2013 r., najważniejszymi kryteriami decydującymi o zakupie produktów spożywczych i napojów przez hiszpańskich konsumentów są: cena (50%) i jakość (42%), stojące znacznie wyżej niż smak i funkcje (25%) oraz marka (16%). Średnia europejska w tym przypadku jest odmienna: 55% respondentów wskazuje na smak/funkcje produktu, w dalszej kolejności wskazywana jest cena (41%) i jakość (32%), a dużo dalej marka (9%). Jednocześnie wcześniejsze konsultowanie decyzji zakupowych i zasięgnięcie opinii innych konsumentów deklaruje 55% Hiszpanów w stosunku do 50% Europejczyków ogółem. 23% konsumentów hiszpańskich deklaruje częste kupowanie produktów w wyniku wcześniejszej rekomendacji.

Z drugiej strony promocje stały się istotnym czynnikiem przy podejmowaniu decyzji zakupowych, przy jednoczesnym braniu pod uwagę marki produktu i jego jakości. Większość Hiszpanów (67%) deklaruje posiadanie preferowanych marek, ale jedynie 16% jest gotowych zapłacić więcej za produkt ze

względu na jego wygląd i opakowanie, przy utrzymaniu tych samych funkcji i jakości. Europejczycy ogółem w większym stopniu biorą pod uwagę wygląd produktu (25% zapłaciłoby więcej za produkt o lepszym wyglądzie), ale w nieco mniejszym stopniu deklarują posiadanie preferowanych marek (64%).

Warto jednocześnie zwrócić uwagę, na co wskazuje badanie firmy Nielsen, że lojalność wobec marek różni się wyraźnie w zależności od segmentu branży spożywczej. I tak, konsumenci hiszpańscy zapytani o kategorie produktów, w przypadku których są przywiązani do konkretnych marek, wskazują przede wszystkim na napoje, mleko i kawę (ok. 50% konsumentów deklaruje kupowanie produktów konkretnej marki w tych kategoriach). Wysoki poziom przywiązania do marki obecny był też w przypadku jogurtów i płatków śniadaniowych. Z kolei najniższy poziom lojalności wskazywano w takich kategoriach jak: mrożonki, przyprawy, zupy i kostki rosółowe oraz słone przekąski.

Jak wynika z badania przeprowadzonego przez Nielsen, planowanie zakupów w Hiszpanii odbywa się najczęściej poprzez stworzenie wcześniej listy zakupów (67% w stosunku do 55% w Europie ogółem), 62% Hiszpanów deklaruje porównywanie cen, 33% korzysta z pomocy ulotek, 27% wykorzystuje kupony zniżkowe, a 14% utrzymuje, że bazuje na promocjach w punkcie sprzedaży. Tylko 16% Hiszpanów deklaruje kupowanie produktów, których nie potrzebuje, na zasadzie impulsu.

Opracowano przy współpracy:

AGERON POLSKA

ul. Starościńska 1B, X piętro

02-516 Warszawa

Tel: (+48) 226464221

Fax: (+48) 226464223

e-mail: ageron@ageron.pl

www.ageron.pl

V. Ważniejsze działania WPHI

1. Konferencja w Madrycie dotycząca energii odnawialnych w Polsce

1 października br. w Madrycie odbyła się konferencja nt. energii odnawialnych w Polsce. Spotkanie zostało zorganizowane przez WPHI w Madrycie, przy współpracy z kancelarią adwokacką Peter Nielsen & Partners Law Office, firmą KRD Global Group, kancelarią Pérez – Llorca oraz stowarzyszeniami Solartys i Secartys.



Głównym celem konferencji było zapoznanie hiszpańskich przedsiębiorców z rynkiem polskim, możliwościami inwestycji na terenie Polski, jak również z projektem ustawy dotyczącej odnawialnych źródeł energii (OZE). Przedstawiciele z Polski, jak również z Hiszpanii mieli okazję zaprezentować aspekty prawno-ekonomiczne oraz podzielić się doświadczeniami w zakresie prowadzenia działalności w Polsce.

Ponadto, reprezentanci kancelarii adwokackiej Peter Nielsen & Partners Law Office udzielili informacji hiszpańskim przedsiębiorcom w jaki sposób mogą w szybki i skuteczny sposób zarejestrować nową firmę na terenie Polski. W spotkaniu wzięło udział blisko 40 przedstawicieli hiszpańskich firm.

2. Polskie stoisko na V edycji Międzynarodowych Targów Warzyw i Owoców – Fruit Attraction w Madrycie

W dniach 16-18 października br., dzięki inicjatywie i organizacji Wydziału Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Madrycie, po raz pierwszy, zorganizowano polskie stoisko,

na którym swoje produkty zaprezentowało siedem polskich przedsiębiorstw, głównie producentów warzyw i owoców; Ewa Bis, Gana Food International, Grupa Producentów Owoców i Warzyw Eurosad, Grupa Sad, Jabłuszko i Zrzeszenie Producentów Owoców “STRYJNO-SAD” oraz firma Sorter, producent maszyn i urządzeń do sortowania owoców i warzyw.

Tegoroczna edycja Targów Fruit Attraction 2013 zgromadziła 670 producentów, dystrybutorów, importerów i eksporterów branżowych z ponad 70 krajów, co stanowi 25-cio procentowy wzrost liczby wystawców w stosunku do edycji z roku 2012.

Podczas targów zorganizowano również spotkanie z przedstawicielami polskich firm. Ambasador RP oraz I Radca WPHI rozmawiali z przedsiębiorcami m.in. o wyzwaniach stojących przed polskim sektorem warzywno-owocowym oraz o możliwościach jego ekspansji i promocji w Hiszpanii oraz w krajach Ameryki Łacińskiej i Południowej.



3. Spotkanie promocyjne z organizacją biznesową Polish Professionals in Madrid

25 listopada br. odbyło się w regionie Murcji seminarium gospodarcze pt. „Polska: szanse rozwoju handlu i inwestycji”, w którym uczestniczyli Ambasador, Tomasz Arabski oraz I Radca, Mirosław Węglarczyk, jak również przedstawiciele firm zainteresowanych obecnością na polskim rynku.

Podczas tego wydarzenia prezesi dwóch firm Hispa Group S.L. oraz Puertas Padilla

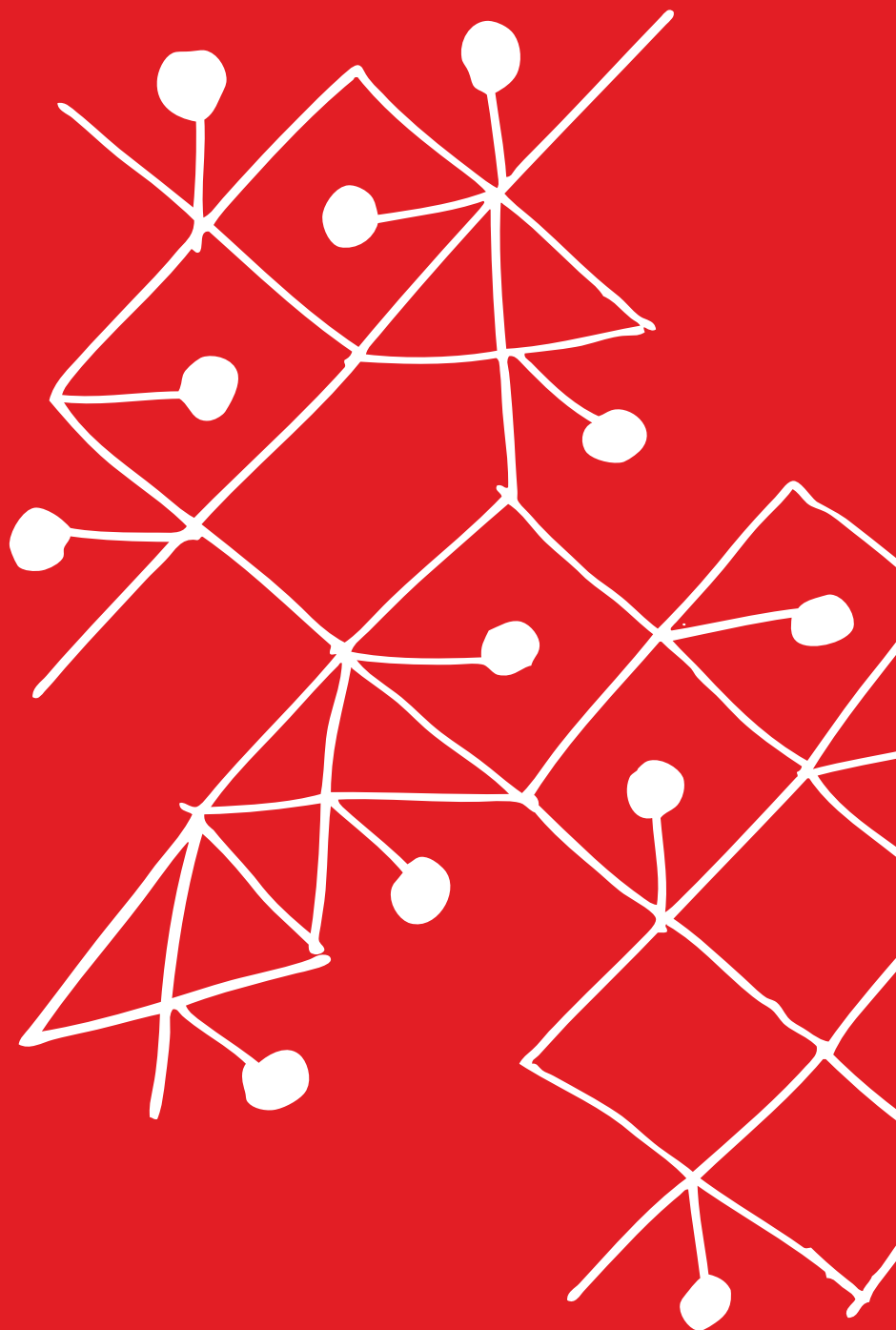
opowiedzieli o swoich bardzo pozytywnych doświadczeniach w prowadzeniu działalności gospodarczej w Polsce. Przedstawiciele rządu Regionu Murcji podkreślali natomiast, że Polska jest bardzo obiecującym rynkiem dla hiszpańskich firm, gdyż mimo kryzysu nieustannie się rozwija i dysponować będzie największą częścią środków strukturalnych z UE na lata 2014-2020. Wydarzenie zostało zorganizowane przez Instytut ds. Rozwoju Regionu Murcji.

Relacje handlowe pomiędzy Polską a Regionem Murcji dynamicznie się rozwijają. W ostatnich 5 latach import do naszego kraju z Regionu wzrósł o 25% i w 2012 r. jego wartość wyniosła 119 mln. euro, natomiast eksport polskich produktów w ciągu zaledwie jednego roku (z 2011 na 2012 r.) wzrósł o rekordowe 75%, aby osiągnąć wartość 35 mln. euro.

Wizyta spotkała się z dużym zainteresowaniem lokalnych mediów z Regionu Murcji.

Źródła, na podst. których m.in.. opracowano Biuletyn:

- *Ministerstwo Gospodarki*
- *Hiszpańskie Ministerstwo Przemysłu, Turystyki i Handlu*
- *Hiszpańska Konfederacja Organizacji Pracodawców (CEOE)*
- *Dzienniki ekonomiczne Expansión i ABC*
- *Główny Urząd Statystyczny Hiszpanii (INE)*
- *Eurostat*



Wydział Promocji Handlu i Inwestycji
Ambasada Rzeczypospolitej Polskiej w Madrycie

Av. del Dr. Arce, 25, 28002 Madryt
Tel : (+34) 91 590 12 80, Fax: (+34) 91 561 51 08
e-mail: madrid@trade.gov.pl
www.madrid.trade.gov.pl