

DOSSIER

www.mttp.pl

Turkey Turcja

A REGIONAL POWER WHERE
EUROPE AND ASIA MEET
/ REGIONALNA POTĘGA
NA STYKU EUROPY I AZJI



Poland Polska

CAN POLAND AND TURKEY CREATE A PARTNERSHIP WORTHY
OF THEIR 600-YEAR-LONG DIPLOMATIC RELATIONS?
/ CZY POLSKA I TURCJA STWORZĄ PARTNERSTWO
NA MIARĘ 600-LETNICH WZAJEMNYCH STOSUNKÓW?



Your gateway to a world of opportunity.

Business today is more global than ever. And so are the opportunities. At HSBC, we're committed to providing companies with the expertise they need to succeed on the world stage. Our relationship managers and business specialists offer local support and advice in over 60 countries and territories. With an established track record in international finance and banking, we provide everything you need to take on the world.

Visit hsbc.pl or speak directly to our experienced relationship managers by calling **(48-22) 354 05 60**.



THINKTANK RECOMMENDATIONS ◊ REKOMENDACJE Poland – Turkey ◊ Polska – Turcja

- 1] Europe remains an important point of reference for Turkey. The crisis in the EU, the geopolitical transformations in the Middle East and Turkey's ever stronger position all lead the country to redefine its priorities. If the Euro-Atlantic community fails to send a clear signal to Ankara that it views Turkey as a fully fledged member, Turkey will focus on building its own zone of influence.
 - 2] A past shared by Poland and Turkey, the absence of contentious issues and both countries' efforts to intensify their economic relations provide a solid foundation on which to build a lasting alliance. The celebration of 600 years of diplomatic relations between the two countries should encourage the fulfilling of the 2009 declaration on the Polish-Turkish strategic partnership.
 - 3] As the sixth-largest EU economy, Poland could become one of the most important champions of closer relations between the West and the Republic of Turkey, which expects a clear stand on the future of those relations. Turkey is already taking advantage of Poland's EU-accession experience, and partnership in this area could make the Polish transformation model more influential in other parts of the world, such as the Middle East. Closer cooperation with Turkey could also significantly reinforce Poland's efforts to increase its economic presence in Africa and Asia, where Turkish diplomacy and companies already enjoy considerable influence.
- 1] Europa wciąż jest dla Turcji ważnym punktem odniesienia. Kryzys w UE i przemiany geopolityczne na Bliskim Wschodzie oraz wzmocnienie pozycji Turcji skłaniają ją jednak do redefinicji priorytetów. **Jeśli wspólnota euroatlantycka nie da Turcji jasnego sygnału, że widzi ją jako swojego pełnoprawnego członka, Turcja skupi się na budowaniu własnej przestrzeni wpływów.**
 - 2] Wspólna przeszłość Polski i Turcji, brak kwestii spornych oraz dążenie obu krajów do zintensyfikowania relacji gospodarczych są dobrą podstawą budowania szerokiego sojuszu. **Obchody 600-lecia stosunków dyplomatycznych powinny być impulsem do wypełnienia treścią podpisaną w 2009 r. deklaracji o polsko-tureckim partnerstwie strategicznym.**
 - 3] Polska jako szósta gospodarka UE może się stać jednym z najważniejszych rzeczników zacieśniania więzów Zachodu z Republiką Turecką, która oczekuje jasnego stanowiska co do przyszłości tych relacji. Turcja już korzysta z polskich doświadczeń akcesyjnych, a partnerstwo na tym polu może zwiększyć oddziaływanie wzorców polskiej transformacji w innych rejonach świata, m.in. na Bliskim Wschodzie. **Zacieśnienie współpracy z Turcją może także istotnie wzmocnić polskie starania o zwiększenie obecności gospodarczej w Afryce i Azji, gdzie turecka dyplomacja i firmy mają już mocne wpływy.**

CONTENTS / SPIS TREŚCI

- | 2 | Opinions / Opinie: Bronisław Komorowski, Abdullah Gül, Donald Tusk, Recep Tayyip Erdoğan, Janusz Piechociński, Katarzyna Kacperczyk, Ilona Antoniszyn-Klik | 8 | Analysis I: Poland – Strong Partner and a Reliable Ally / Analiza I: Polska – silny partner i wiarygodny sprzymierzeniec | 20 | Fast Facts & Quick Stats: Poland in Numbers / Fakty i dane: Polska w liczbach | 22 | Analysis II: Turkey – A Regional Power with Great Ambitions / Analiza II: Turcja – regionalne mocarstwo z wielkimi ambicjami | 34 | Fast Facts & Quick Stats: Turkey in Numbers / Fakty i dane: Turcja w liczbach | 36 | Case Study: The Potential of Synergy Between Culture and Business / Studium przypadku: Potencjał synergii między kulturą a biznesem

600th years of Polish-Turkish Diplomatic Relations

◇ 600-lecie polsko-tureckich stosunków dyplomatycznych



From the Polish perspective, Turkey is a good ally and a tried partner. [...] Few other countries can boast of having had such long diplomatic relations. In our region, this is a truly unusual fact, the awareness of which is worth perpetuating in the Polish and Turkish consciousness. [...] Our turbulent history, during which we often stood opposite each other, has taught us mutual respect and kept us interested in making Polish-Turkish relations even better. 🟠 Turcja z polskiej perspektywy jest dobrym sojusznikiem i sprawdzonym partnerem. [...] Mało które kraje mogą się pochwalić tak długotrwałymi relacjami dyplomatycznymi. Dla naszego regionu jest to naprawdę niezwykle i warto to utrwalić w świadomości tureckiej i polskiej. [...] Burzliwa historia, która powodowała, że często staliśmy przeciwko sobie, nauczyła nas wzajemnego szacunku oraz zainteresowania tym, aby relacje polsko-tureckie były coraz lepsze.

Bronisław Komorowski, President of Poland / prezydent Polski
SOURCE / ŹRÓDŁO: PREZYDENT.PL



Throughout history, Turkish-Polish relations have been based on strong bonds of friendship, mutual respect and a common vision of solidarity in difficult times. [...] Our friendly relations do not only stem from this historical heritage, but also from being a member of the same security alliance and sharing a common vision on many regional and global issues. 🟠 Podstawą relacji polsko-tureckich zawsze były mocne więzy przyjaźni, wzajemny szacunek i wspólna wizja solidarności w trudnych czasach. [...] Nasze przyjazne relacje wynikają z dziedzictwa historycznego, ale także z członkostwa w tym samym sojuszu bezpieczeństwa oraz z jedynomyślności w sprawie wielu regionalnych i globalnych zagadnień.

Abdullah Gül, President of Turkey / prezydent Turcji
SOURCE / ŹRÓDŁO: TCCB.GOV.TR

PHOTO / FOT.: WOJECIECH GRZĘDZIŃSKI, KPRP; FORUM / JONAS EKSTRÖMER/ SCANPIX; THINKTANK; FORUM/ SCHOLZ PRESS

Prospects of a New Partnership

◇ Perspektywy nowego partnerstwa



For Poland, Turkey is an especially close and cordial partner for historical reasons, but above all on account of the future, which [...] belongs to us, Turks and Poles. Since 2004, our trade with Turkey has grown threefold – something that shows what great reserves lie dormant in our economies. 🟠 Dla Polski Turcja jest partnerem szczególnie bliskim i szczególnie serdecznym ze względów historycznych, ale przede wszystkim ze względu na przyszłość, która [...] należy do nas – do Turków i do Polaków. Od 2004 r. potroiliśmy wymianę handlową z Turcją, co pokazuje, jak wielkie rezerwy drzemą jeszcze w naszych gospodarkach.

Donald Tusk, Prime Minister of Poland / premier Polski
SOURCE / ŹRÓDŁO: TVPPARLAMENT.PL



I think that the volume of trade between Poland and Turkey is insufficient. Five billion USD is a low sum in consideration of our two countries' potential. We want the trade volume to increase to 10 billion in the nearest future. 🟠 Myślę, że wolumen wymiany handlowej między Polską a Turcją nie jest wystarczający. 5 mld dol. to jest niska kwota, jeżeli chodzi o potencjał naszych krajów. Chcemy, żeby wolumen handlowy wynosił w najbliższej przyszłości 10 mld dol.

Recep Tayyip Erdoğan, Prime Minister of Turkey / premier Turcji
SOURCE / ŹRÓDŁO: TVPPARLAMENT.PL



A strategic geographical location, abundant natural resources, tourist attractions and investment assistance are just some of the advantages inclining foreign partners to do business in Turkey. I hope that among them there will be a growing number of Polish entrepreneurs. 🟠 Strategiczne położenie geograficzne, bogate zasoby naturalne i walory turystyczne oraz oferowane wsparcie inwestycyjne to tylko niektóre przewagi Turcji, zachęcające zagranicznych kontrahentów do działalności w tym kraju. Mam nadzieję, że wśród nich będzie także coraz więcej polskich przedsiębiorców.

Janusz Piechociński, Deputy-Prime Minister and Minister of Economy of Poland / wicepremier Polski, minister gospodarki
SOURCE: POLAND-TURKEY BUSINESS FORUM, WARSAW, 8 NOVEMBER 2013 (AFTER WWW.MG.GOV.PL) / ŹRÓDŁO: POLSKO-TURECKIE FORUM BIZNESOWE, WARSZAWA, 8 LISTOPADA 2013 R. (CYT. ZA: WWW.MG.GOV.PL)



Old Friends, **New** Leaders

◆ Starzy przyjaciele, nowi liderzy

Poland and Turkey were able to cooperate on many levels in the past and continue to do so today. In the late 20th century, once again in history Turkey showed friendly attitude towards Poland by actively supporting its efforts to join NATO. In addition, our two countries have similar aspirations in the context of European integration. Poland has been a staunch supporter of Turkish membership in the EU. On 1 May 2004, Poland and Turkey found themselves in the same customs union. We are also working together on numerous international forums such as the Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD), the Organisation for Security and Cooperation in Europe (OSCE) and the Council of Europe.

The good climate in political relations between Poland and Turkey is also reflected in numerous high-level visits (in November 2013 Turkish Prime Minister Recep Erdoğan visited Poland, Polish President Bronisław Komorowski is planning to visit Turkey in March 2014, and the Turkish Speaker of parliament Cemil Çiçek will visit Poland in April). Our countries have signed many partnership agreements (including two agreements on friendship and cooperation, and the Polish-Turkish agreement on strategic partnership signed by prime ministers

☑ Polska i Turcja potrafiły i potrafią współpracować na wielu płaszczyznach. Pod koniec XX w. Turcja po raz kolejny w historii okazała sympatię dla naszego kraju, aktywnie wspierając starania Polski o członkostwo w NATO. Dodatkowo łączą nas m.in. aspiracje w kontekście integracji europejskiej. Polska nieustająco wspiera członkostwo Turcji w UE. Od 1 maja 2004 r. Polska i Turcja znalazły się w jednej unii celnej. Współpracujemy także na licznych forach międzynarodowych, takich jak Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju, Organizacja Bezpieczeństwa i Współpracy w Europie czy Rada Europy.

Wyrazem dobrego klimatu w stosunkach politycznych Polski i Turcji są ponadto liczne wizyty na wysokim szczeblu (w listopadzie 2013 r. w Polsce przebywał premier Turcji Recep T. Erdoğan, w marcu 2014 r. planowana jest wizyta prezydenta RP Bronisława Komorowskiego w Turcji, a w kwietniu wizyta przewodniczącego parlamentu Turcji Cemila Çiçeka w Polsce). Mamy podpisane porozumienia o partnerstwie, m.in. dwa porozumienia o przyjaźni i współpracy czy polsko-tureckie porozumienie o partnerstwie strategicznym podpisane przez premierów Donalda Tuska i Recepta Erdoğan, a baza prawną-traktatową jest konsekwentnie poszerzana.

Turcja pozostaje ważnym partnerem gospodarczym Polski – 18. rynkiem eksportowym

Donald Tusk and Recep Erdoğan), and this legal and treaty base is being continually widened.

Turkey is an important trade partner for Poland. It is the world's 18th largest exporter and 20th largest importer in value terms. The volume of trade between our two countries represents about 4 billion EUR, and the value of both Turkish and Polish foreign direct investments continues to grow. There is also considerable potential for cooperation in the energy sector and in innovative technologies, including innovation in the financial sector and in the field of science, between interested scientific institutions.

For Poland, Turkey is also an unusually attractive partner for cultural and scientific cooperation, and our culture is promoted ever widely by the Bosphorus. Poland is one of the most popular destinations chosen by Turkish students.

The 600th anniversary of diplomatic relations between our two countries is an excellent opportunity to continue strengthening and developing our mutual relations, also in the economic sphere. The motto of this exceptional anniversary "Old Friends, New Leaders: 600 Years of Polish-Turkish Diplomatic Relations" reflects the unique character of our relations and their importance in the contemporary world.

i 20. pod względem wartości importu. Nasze obroty handlowe utrzymują się na poziomie 4 mld euro, a wartość zarówno tureckich, jak i polskich bezpośrednich inwestycji zagranicznych wciąż wzrasta. Odnajdujemy również duży potencjał współpracy w sektorze energetycznym oraz nowych i innowacyjnych technologii, w tym związanych z innowacjami w sektorze finansów, oraz w sferze naukowej między zainteresowanymi ośrodkami naukowymi.

Turcja to dla nas także niezwykle atrakcyjny partner w sferze współpracy kulturalnej i naukowej, a nasza kultura jest coraz szerzej propagowana nad Bosforem. Polska jest jednym z najpopularniejszych miejsc, jakie wybierają tureccy studenci.

600-lecie nawiązania stosunków dyplomatycznych stanowi doskonałą okazję do dalszego wzmocnienia i rozwoju relacji dwustronnych, w tym także gospodarczych. Motto tej wyjątkowej rocznicy: „Starzy przyjaciele, nowi liderzy: 600 lat polsko-tureckich stosunków dyplomatycznych” oddaje wyjątkowy charakter naszych relacji i ich znaczenie we współczesnym świecie.

Katarzyna Kacperczyk, Under-Secretary of State
at the Polish Ministry of Foreign Affairs

/ podsekretarz stanu w Ministerstwie Spraw Zagranicznych



Friendship **Matures Slowly** ✦ Przyjaźń dojrzewa powoli

The Ministry of Economy is aware of the interest Polish entrepreneurs have been showing in the Turkish market. For this reason, it has recognised Turkey as one of seven high-priority Polish export markets and is presently implementing – through the company MT Poznań – a programme aimed at promoting participation of Polish companies in Turkish fairs (transport, construction, IT, medical equipment and measuring apparatus).

Promoting economic cooperation with Turkey among Polish companies is also the goal of business organisations such as the Poland-Turkey Business Council and the Poland-Turkey Chamber of Commerce. A business website – www.polandturkey.com – has been set up for small and medium-size businesses, and is a good source of information about the Turkish market. For larger companies, a series of regional seminars about business opportunities in Turkey has been organised.

We support them and participate in those initiatives, and they are gradually bringing results, as the awareness of Turkey's potential among Polish enterprises is clearly growing. Along with this, so is the number of companies that are seeking contacts with Turkish partners. This concerns mainly mutual trade

☑ Ministerstwo Gospodarki dostrzega zainteresowanie polskich przedsiębiorców ekspansją na rynek turecki – dlatego uznało Turcję za jeden z siedmiu rynków priorytetowych dla polskiego eksportu i realizuje, poprzez firmę MT Poznań, program promocyjny mający na celu wsparcie udziału polskich przedsiębiorców w targach (transport, budownictwo, teleinformatyka, sprzęt medyczny i aparatura pomiarowa).

Promowanie wśród polskich firm współpracy gospodarczej z Turcją jest także celem organizacji przedsiębiorców, takich jak Polsko-Turecka Rada Biznesu i Polsko-Turecka Izba Gospodarcza. Dla małych i średnich firm został uruchomiony portal gospodarczy www.polandturkey.com będący dobrym źródłem informacji o rynku tureckim. Dla większych zorganizowano cykl regionalnych seminariów na temat *biz opportunity* w Turcji. Wspieramy te inicjatywy i w nich uczestniczymy.

Stopniowo przynosi to rezultaty. Wyraźnie rośnie wśród polskich firm świadomość potencjału gospodarczego Turcji, a wraz z nią liczba firm, które poszukują kontaktów z tureckimi partnerami. Na razie dotyczy to głównie wymiany handlowej. Potencjał współpracy obejmuje jednak także wzajemne inwestycje i kooperację na rynkach trzecich.

PHOTO / FOT.: RADEK PIETRUSZKA, PAP

for the time being, but the potential for cooperation includes mutual investments and cooperation in third-countries.

In many areas, Polish firms provide products at the highest professional level. This makes it reasonable to expect that – with the active involvement and support of the Polish authorities – Polish companies could be invited to participate in large-scale projects in Turkey. Naturally, Turkish companies have to be offered something in exchange, like infrastructure or PPP projects, for instance. Turkish businesses are able to carry out such projects, as one can see from the involvement of the company Gülermak, which is participating in the construction of Warsaw's second underground line.

In order to disseminate knowledge about Polish-Turkish relations and the 600th anniversary of diplomatic relations between the two countries, the Ministry of Economy has extended its patronage to the production – on the initiative of the Poland-Turkey Chamber of Commerce – of the documentary film *Friendship Matures Slowly*. Turkey is the world's 18th largest economy today and has the ambition of becoming one of the first ten by 2023 – the 100th anniversary of the Republic. It would be worthwhile if it did so in partnership with Poland.

Polskie firmy w wielu sektorach reprezentują wysoki poziom profesjonalizmu. Pozwala to sądzić, że przy aktywnym zaangażowaniu i wsparciu ze strony polskich władz mogą być zapraszane do realizacji dużych projektów na terenie Turcji. Oczywiście trzeba zaoferować firmom tureckim coś w zamian, np. w obszarze infrastruktury w Polsce czy też w realizacji projektów PPP. Firmy tureckie potrafią być realizatorami takich projektów, o czym świadczy firma Gülermak, zaangażowana do budowy drugiej linii warszawskiego metra.

Aby upowszechnić wiedzę na temat relacji polsko-tureckich i 600-lecia wzajemnych kontaktów dyplomatycznych między krajami, Ministerstwo Gospodarki objęło też patronatem, zainicjowaną przez Polsko-Turecką Izbę Gospodarczą, produkcję filmu dokumentalnego *Przyjaźń dojrzewa powoli*. Turcja jest dziś bowiem 18. gospodarką świata i ma ambitne plany, aby do 2023 r. (100-lecie Republiki) awansować do pierwszej dziesiątki. Warto, aby realizowała je w partnerstwie z Polską.

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



PHOTO / FOT.: JUPITER IMAGES

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.

Poland

Strong Partner and a Reliable Ally

◆ Polska – silny partner i wiarygodny sprzymierzeniec

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

- What is the role of Poland in Europe?
- How does Poland see its future development?
- In what areas are opportunities emerging for economic cooperation between Turkey and Poland?

■ Po ponad 20 latach transformacji gospodarczej i 10 latach członkostwa w UE Polska stała się silnym państwem w Europie. Dobrze radziła sobie w czasach globalnego kryzysu, jest stabilną gospodarką w Europie, ma też spory wpływ na decyzje w Unii Europejskiej. Turcja może 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 Turcji z Polską?

A Land of Opportunity at the Heart of Europe



authors: MAŁGORZATA BONIKOWSKA, PAWEŁ RABIEJ, ANDRZEJ TURKOWSKI

In the last decade, Poland has considerably strengthened its political position, while its economy has reached a high level of internationalisation. As an active member of the European Union, NATO and the Schengen zone, Poland has not only been a leader of political change in East-Central Europe, but also the Old Continent's healthiest economy and a very close partner of the EU's largest economy – Germany.

While Europe remains one of the wealthiest regions in the world and still has huge growth potential, its image abroad has been dominated by the recent financial crisis. The EU as a whole went through a recession in 2012, with a fall in GDP of 0.4 per cent. Poland was the exception with a GDP growth of 1.9 per cent. During the last 20 years, Poland's growth has been much higher and has fluctuated around 4 per cent. Poland's GDP increase has been notable in the context of crisis-torn Europe. From 2008 to 2011, Poland's cumulative GDP growth was 11.2 per cent – the highest of the entire continent. Such high growth was due to a large domestic market of more than 38.5 million consumers, but also to rising exports. This in turn was the result of high labour productivity and the competitiveness of Polish products.

Poland
is currently
the 14th most
attractive
economy in
the world for
investment.

These are impressive achievements and they did not come about by chance. Poland's economic strength is due primarily to its consistent approach to introducing free-market reforms after 1989, thus creating solid foundations for an open and competitive economy; to the explosion of Polish entrepreneurship (which was not possible prior to 1989); to the high level of foreign investment; and to the effects of Poland's integration with the European Union, which Poland joined in 2004. This is an efficient model for growth in the European context when seen in conjunction with Poland's relatively low national debt, the innovative nature of Polish businesses and labour costs that are still lower than in other EU countries. As foreign investors keep saying, the Poles themselves are the Polish economy's greatest capital – they speak foreign languages,

are known for their strict work ethic, are unusually flexible, and at the same time, are still willing to work for lower pay than in Western Europe.

FROM FORMER POWER TO TRAGEDY AND REBIRTH

Poland lies in the geographical centre of Europe, at the crossroads of routes from east to west and north to south, and its location allows it to be an intermediary and connecting point: for centuries it has been adapting models of civilisation taken from the West and East. The history of the Polish state goes back over a thousand years – quite a long time in European terms. In the 16th and 17th centuries the Polish-Lithuanian Commonwealth, an organism formed by Poland and Lithuania, became the largest European state, a multi-ethnic and well-run society with a unique model of government – a gentry democracy. By the 18th century the Polish-Lithuanian Commonwealth was in decline, due in part to a crisis of central authority and a failure to appreciate external threats. The neighbours – Russia, Prussia and Austria, which had all become powerful absolutist monarchies by that time – took advantage of the situation: they partitioned the territory of the Polish state and wiped Poland off the map of Europe for 123 years. For more than a century, Poles struggled to regain their independence, launching several nationwide insurrections against the partitioning powers.

When Poland's independence was restored after the First World War in 1918, its territory was much smaller. After a twenty-year period during which Poland consolidated its statehood and economy, the country was attacked by Hitler's

Far-reaching economic and socio-political transformations have changed Poland into one of the world's 25 largest economies and an influential member of the European Union. The country's present aspirations are global.

Poland has been revising its development strategies and looking for new opportunities and partnerships.

Germany, and thus the Second World War started. When it ended in 1945, Poland and other East-Central European countries found themselves in the Soviet sphere of influence, behind the Iron Curtain, cut off from the rapidly developing West. An inefficient centrally-planned economy and reduced sovereignty prevented the Polish state from fully exploiting its development potential after the war. During this time, Western Europe was quickly rebuilt from the ruins and started to form communities and began to work towards creating a single European market.

Still, Poland enjoyed relative freedom and autonomy among the countries in the Soviet Bloc: the country escaped the collectivisation of agriculture and various social experiments. The Catholic Church played a strong social role, unlike in other Eastern Bloc countries. This role increased further when the Pole, Karol Wojtyła, became Pope John Paul II. When the Soviet Bloc began to fall apart at the end of the 1980s, Polish opposition leaders, working with the Solidarity trade union movement created in 1980 and headed by Lech Wałęsa, reached an agreement with the government during the Round Table talks. Both the regime and the opposition aimed to preserve the state's stability and sovereignty. The agreement paved the way for peaceful political and economic transformations in Poland and precipitated change throughout Central Europe, including the much celebrated tearing down of the Berlin Wall, the symbol of the division of Europe.

Poland's first non-communist government, inaugurated in September 1989, drew up a radical plan of reforms, which was implemented in a mere 111 days and provided the framework for a free-market economy as well as the foundations

Poland has successfully carried out political, economic and social transformations, and has created a stable foundation for further stable growth. Poland's foreign partners can make use of Poland's fresh experience in the building of an effective state and a free-market economy.



for a new economic system. This 'shock therapy' brought rapid results. When it was introduced, Poland was struggling with hyperinflation (the annual rate of inflation had reached 640 per cent in 1989); the foreign debt stood at 42.3 billion USD (65 per cent of GDP); there was a drastic shortage of goods on the market; the currency in use was the US dollar and the national economy was on the verge of total collapse.

The radical changes produced a significant reduction of inflation and of the budget deficit (there was a budget surplus by the mid-1990s); the shortage of goods on the market was remedied; the central distribution of goods was eliminated; foreign creditors agreed to write off a portion of Poland's debt; foreign currency reserves rose and by 1992 Poland's economy was growing again, at a higher rate than in any former Eastern Bloc country.

It is this enterprising spirit that has been the driving force behind the Polish economy over the last two decades: 600,000 businesses were established in Poland in the first two years following the beginning of transformations. Today there are 1.8 million – almost all of which are privately owned. The Poles put faith in their own resourcefulness and took matters into their own hands with great zeal. The businesses they founded initially had to operate in difficult conditions, which rapidly made them competitive. Poland's new businesspeople had to show boldness and initiative, find capital and information

– both of which were scarce at the time – and learn the best practices in Europe and around the world, including modern management standards. The strength of contemporary Poland is due to this mass economic revolution.

AN INVESTMENT DESTINATION IN THE CENTRE OF EUROPE

Another factor that led to rapid growth was the development of the financial sector and the capital market. The Warsaw Stock Exchange was reactivated as early as 1992, and it is the largest exchange in Central Europe today, larger than the one in Vienna, both in terms of trade volume, number of companies listed and debuts. The privatisation of state enterprises provided funds for the state budget but also made it possible to attract foreign investors, thus helping to modernise most sectors of the Polish economy.

The value of foreign direct investment in Poland since the beginning of transformations has exceeded 235 billion USD. It has mostly come from other European countries. Foreign investors have appeared in almost all economic sectors. Initially, foreign investors only intended to gain a share of the large Polish market and invested mostly in production and retail. Over time, however, the businesses set up by foreign investors began to expand to other European countries. Investments in the manufacturing of innovative products and in services

(automotive assembly, manufacture of electronic goods and high-tech and advanced design CVA products) also began to appear.

For a number of years Poland has been one of the world's most attractive markets for advanced business service centres, including research and development and shared service ones. Owing to its location in a time zone that allows for trade with the entire world and to its highly trained workers with knowledge of foreign languages, Poland has been competing successfully as an offshoring destination with Asian countries such as India, the Philippines and China. Today this sector is made up of more than 400 companies and employs more than 100,000 people. A report by Everest Group shows that Poland has become the European country that is best prepared for the transfer of business processes from other countries. It is the only country in Europe that is part of the group of countries that serve as a location for more than fifty centres for the largest global corporations. Kraków was named one of the top ten offshoring locations in the world and best in Europe in the *Tholons* ranking (coming higher than Shanghai).

Apart from investing in international services, R&D, financial services, programming, and logistics, foreign investors also invest in the automotive, machinery, aviation, electronic goods, pharmaceuticals and biotechnology sectors. According to the *UNCTAD World Investment Report 2013*, Poland is currently the 14th most attractive economy in the world for investment. Furthermore, according to the consultants Ernst&Young, while it is true that investors mention Germany first when asked to name the optimal location for investment in Europe, Poland comes second.

STRATEGIC COURSE – THE EUROPEAN UNION

Since the economic transformations began, the most important point of reference for Poland has been the European Union,

ca.
160
billion
EUR
in EU funds
allocated
to Poland
for 2007-2020,
over two 7-year
financial
perspectives,
as part of
the European
Cohesion
Policy

and the most important goal has been to be part of a united continent. At the beginning of the 1990s, Europe was completing work on the single market and reviewing the founding treaties of the European Communities with respect to creating the European Union and preparing for a common currency. The European Treaty signed in 1991, stated that Poland's strategic political and economic goal was to become a fully fledged EU member.

During a five-year period (1999-2004), Poland prepared for accession to the European Union by carrying out administrative and institutional reforms and harmonising the Polish legal system with EU law. This was the deciding factor in changing both the public and business sectors. At the public administration level, this resulted in modernisation and greater transparency. The reforms also prepared Polish companies for stiff competition on the EU market and led them to be more innovative and professional in their operations. The period just prior to EU accession saw the establishment of a large number of powerful Polish exporters, such as Selena, Atlas, Mokate, Comarch, Asseco, Nowy Styl, Maspex and LPP. Their high-quality goods began to appear not only in Poland but also on foreign markets, where they were quite successful. There was also a 'technological bonus' which helped Polish businesses to develop: as many companies and institutions in Poland were created from scratch, from the outset they sought and implemented the latest technological solutions.

Poland became a member of the European Union in 2004. This opened the European market to Polish business and, in time, to Polish workers. At the same time, Polish companies had to compete with more powerful ones in Western Europe. The EU funding for Polish infrastructure and innovative projects caused a tremendous surge in economic development: over 100 billion USD was infused into a range of development projects in the 10 years of EU-membership.

In recent years, Poland has continued to grow and strengthen its role in the EU and Euro-Atlantic structures (Poland joined NATO in 1999). Poland's per capita GDP rose to 67 per cent of the EU average (by comparison it was 49 per cent in the year of EU accession). Today, Poland is an important and increasingly valued player in the now 28-member European Union. For the moment, Poland, like the United Kingdom, will remain outside the eurozone, in which there are currently 18 EU countries. On the political stage, Poland is a proponent of greater economic integration with the EU and of abolishing the remaining barriers to a truly free market. It is also working intensively to develop relations with the EU's eastern neighbours through the Eastern Partnership – an EU policy initiated by Poland and Sweden and directed at the ex-Soviet states of Armenia, Azerbaijan, Belarus, Georgia, Moldova and Ukraine.

POLAND'S STRATEGY FOR FUTURE GROWTH

In 2009, for the second time, Poland came second, behind Finland, in the *European Growth and Jobs Monitor* ranking of developing countries as defined by the Lisbon Strategy, which sets out European development goals until 2020. This means that Poland has been developing not only rapidly but also innovatively. This success rests upon four solid pillars: a high level of productivity in relation to labour costs (this indicator is almost twice that in Western European countries); a young, educated and ambitious workforce; stable finances and a strong position in the European Union.

Poland has become the European country that is best prepared for the transfer of business processes from other countries.

The size of the Polish market will certainly be a major growth factor. The World Bank has described the Polish economy as a high-income economy. With a population of 38.5 million people (7.6 per cent of the EU's population) and a per capita GDP of 21,560 USD (PPP), it is the EU's 6th largest economy and one of 25 largest in the world. Poland continues to be named in several rankings as one of the most attractive European markets for foreign direct investment. According to the *FDI Intelligence Report 2013*, Poland is one of only two EU countries that drew more greenfield investments in 2012 than in the previous year. Investment incentives offered by the government, regions, special economic zones, industrial zones and technological parks are additional factors drawing investment. The average hourly cost of labour in manufacturing in Poland, at 12 USD, is still three to four times lower than in Western Europe (40 USD in France and 46 USD in Germany). Although it is higher than in the newest EU member countries (Romania and Bulgaria), it is attractive to investors in conjunction with the high quality of labour.

The solid position of Polish businesses that are leaders in their respective market segments also create potential for mergers and acquisitions. After two decades of growth, many Polish businesses are seeking areas of expansion and capital ties. Exports, which have grown by an average of 13.5 per cent per year over the last 10 years, are one of the factors hastening this process. During this latter period, the value of Polish exports has more than tripled – from

The last two decades in Poland have been a time of intense remodeling of the country. Many investments have taken place through the use of EU funds. 30 per cent of the 68 billion EUR intended for Poland within the framework of the Cohesion Policy for 2007-2013 has been spent on roads, railways, airports and ICT infrastructure. Polish companies gained experience in those sectors thanks to, among other things, public sector contracts financed from EU funds. It was also a time of growth for industry and services, especially IT, green technologies, furniture, design and food processing. Polish products today represent the highest European quality at prices that remain affordable.



Several months before the fall of the Berlin Wall, in June 1989, Poland held the first free elections in East-Central Europe after the Second World War. The government of Tadeusz Mazowiecki that they led to introduced far-reaching reforms proposed by Leszek Balcerowicz, its minister of finance. A year later, Lech Wałęsa, leader of the Solidarity trade union and Nobel Peace Prize winner, was elected president. They are the two most important individuals of the beginnings of Poland's transformations. In 2013, 30 years after Wałęsa won the Nobel Peace prize, Warsaw hosted the World Nobel Prize Winners' Summit.



72 billion USD to 226 billion USD. The type of exported products and services is also changing, from cheap goods and goods of commodity-driven businesses to high-quality CVA goods. Poland's share of global exports is increasing, while that of the 'old' EU countries is dropping (over last 10 years, Germany's share in global trade has fallen by 23 per cent, Italy's by 31 per cent, France's by 40 per cent, while Poland's has grown by 40 per cent). The increasing importance of exports has led Polish businesses to look for close alliances in key markets. In the coming years, the factors spurring Poland's growth will be continued European integration, public investments supporting development, comprehensive funding of innovation and creation of CVA goods, the public's yearning for prosperity, and digitisation and metropolisation.

Rising exports and a greater inclination on the part of Polish companies to expand abroad is one of the driving forces behind Poland's economic growth. It is understandable that Poland is focused economically and politically on Europe, but recently this horizon has been widening thanks to, among other things, the greater maturity of the Polish economy and businesses, the greater role of exports in the economy, and the competitiveness of Polish products. This is making Polish products popular on the European and other markets, and causing Polish businesses to seek opportunities in various world markets.

OLD FRIENDS

For Poland, which over the last few years has consolidated its position in the EU and started opening up to the relations with the world outside Europe increasingly more, Turkey is a desirable partner in both political and economic terms. The two countries share not only a successfully carried out transformation and the EU accession process (the Polish experience from several years ago could be used by Turkey), but also an active role within NATO and each country's ambition to play a significant role in its respective region. While Turkey's position in the global world is stronger than Poland's, Poland has been a member of the EU for the past decade and a model of successful political and economic transformation in the Western world.

The 600th anniversary of diplomatic relations, whose celebrations are to be inaugurated by Polish President Bronisław Komorowski's visit to Turkey, is an excellent opportunity to recall events from a shared glorious past and, on this basis, to begin building a strategic relationship between the two countries. Such a long history of diplomatic ties happens only rarely in international relations. For centuries, the two countries shared a common border, which led to overlapping of cultures (many words of Turkish origin are still used in Polish today). Poland and Turkey also have many centuries of experience in adapting cultural patterns from East and

West. The mutual respect between the two countries is reflected in the fact the Ottoman Empire never recognised the partitions of Poland in the late 18th century, something that is stressed by Poles till this day.

ECONOMIC RELATIONS: UNTAPPED POTENTIAL

Good political relations are conducive to establishing more intense economic ties, even if much remains to be done in this respect. Polish-Turkish trade has almost tripled in 2004-2011 (from 2 billion to 5.6 billion USD), but it has fallen in 2012 by 7 per cent (to 5.2 billion USD). Poland's exports to Turkey amounted to 4 billion USD, while its imports from Turkey fell to 2.1 billion USD (a decrease of 8 per cent).

On both sides, there is also some unused potential in connection with foreign investment. While the estimated value of Polish capital invested in Turkey is considerable – as much as 200 million EUR (from 91 companies, the largest investment was made by the Selena capital group, companies MPN EE, Smyk and X-Broke, Asseco, Polpharma; and Maspex Wadowice), Turkish investments in Poland are four times smaller. In 2012, their cumulative value amounted to only 49.5 million EUR. According to GUS, 190 companies with Turkish capital operated in Poland in 2012. Five of them (Dallas Corporation sp. z o.o., Koç Holding, Mesa Mesken A.Ş., Polimer Kauçuk Sanayi Ve Pazarlama A.Ş., Yenigun Construction Industry and Commerce Inc.) were on PAIIZ's (Polish Information and Foreign Investment Agency) list of greatest investors in Poland (2012 edition).

AIM: INTENSIFIED COOPERATION

The Polish Ministry of Economy recognised Turkey as one of the five most promising markets for Polish companies. Poland is now conducting two promotion programmes in Turkey aimed at specific branches (clothing and leather goods, and

POLAND-TURKEY: THE FOUNDATIONS OF A RELATIONSHIP

The visits of Polish Prime Minister Donald Tusk to Turkey in 2010 and that of Turkish Prime Minister Recep T. Erdoğan to Poland in 2009 and 2013 animated relations between the two countries. In 2012, the Polish-Turkish Inter-Parliamentary Friendship Group and Turkish-Polish Business Council were established.

Present Treaty Base:

- Trade Agreement of 23 April 1974,
- Agreement on Mutual Protection and Support of Investments of 11 August 1991,
- Double Tax Avoidance Agreement of 3 November 1993,
- Agreement of Cooperation in Science, Education and Culture of 24 October 1990,
- Memorandum of Understanding between the Polish Information and Foreign Investment Agency and the Turkish Investment Support and Promotion Agency of 8 November 2013,
- Joint Cooperation Agreement between the Polish Chamber of Commerce and the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey of 8 November 2013.

Planned Agreements:

- Cooperation Agreement between the Łódź Special Economic Zone and the Aegean Free Trade Zone,
- Cooperation Agreement in the fields of contracting and engineering services between the Łódź Development Agency and INTES (www.intes.org.tr)
- Cooperation Agreement in the field of construction materials between the Łódź Development Agency and IMMIB (www.immib.org.tr)
- Agreed Minutes of the Second Joint Working Committee Meeting between the Istanbul Moda Academy and the Academy of Art Łódź
- Cooperation Agreements between Medical and Technical Universities in Łódź and in Turkey.

As foreign investors keep saying, the Poles themselves are the Polish economy's greatest capital.

cosmetics) as well as a wide information campaign. On the occasion of Prime Minister Recep Tayyip Erdoğan's last visit to Poland in November 2013 the Poland-Turkey Economic Forum was held, with the participation of almost 200 businesspeople from Turkey and 160 from Poland. Janusz Piechociński, Poland's Deputy Prime Minister and Minister of Economy, stressed the importance of economic relations with Turkey for Poland, while the Turkish Minister of Economy, Zafer Çağlayan, promised a two-fold increase in trade between Poland and Turkey in the next few years.

However, intensifying business contacts and making full use of the existing potential, requires determination of both countries' governments and defining priority areas of cooperation.

Enormous potential lies in the energy sector, especially in the sphere of green technologies, the more so as Polish companies have extensive experience in the design, construction and servicing of Turkish power plants. Other promising trade areas are food products and components for the automotive industry, aircraft building and construction, textiles, fashion, medical equipment and services, engineering and education.

It would be worthwhile for the actions of Polish companies to be aligned with the Turkish strategy aimed at increasing innovation in the economy (by, among other means, modern design, an area in which Poland has a world reputation), including the modernisation of the armaments industry, the power industry and environmental protection. Polish consulting firms can also join consortia in tenders for the technical assistance-type projects commissioned by the Turkish administration and financed from the IPA pre-accession funds. Many opportunities for cooperation are also to be found in the tourism industry, which is Turkey's second-largest source of income, after exports. In this era it is necessary to stimulate greater cooperation between tour operators,

It lies in the interest of both Poland and the EU to keep Turkey close to Europe and, in the wider sense, to the West.

to equalise the trade balance (it is presently negative for Poland), and encourage Turkish investment in Poland's hotel infrastructure.

'GO AFRICA WITH TURKEY'?

It is also worthwhile to consider the co-operation of Polish and Turkish companies in third countries, especially in Africa and Central Asia. This is favoured by a political and business synergy: Turkey has opened 23 new diplomatic establishments in Africa and provides strong diplomatic support to its companies, while Poland has only 5 embassies there. Turkey is already taking on large infrastructural projects in Africa and is increasingly present in African public tenders, which entails sharp competition with European and American companies that have been there for ever¹ as well as with Chinese ones. Poland could help Turkish enterprises to win such tenders with the use of Polish technologies, design and high quality products manufactured in the EU, but offered at more competitive prices than further west. In addition, Poland enjoys a positive image in Africa given its lack of a colonial past. This provides additional leverage to Turkish businesses as they seek the support of local authorities for their plans to expand onto the African continent.

Ankara has signed an agreement for cooperation in third country markets with Syria and is also interested in a partnership with Poland. Perhaps it would be worthwhile to extend the motto of the Ministry of Economy programme from 'Go Africa' to 'Go Africa with Turkey'. At the same time, this would be an important element of the Polish-Turkish political agenda, which should entail a wider alliance based on measurable benefits for both sides.

It lies in the interest of both Poland and the EU to keep Turkey close to Europe and, in a wider sense, the West. It is also in Turkey's interest. One of the key aspects of Poland's foreign strategy is supporting the EU enlargement process and promoting

In 10 years of EU membership, Poland has firmly tied its economy to European markets, built a strong economic and political alliance with its neighbour, Germany, which takes in 25 per cent of Polish exports, and gave Poland the chance to launch important European projects such as the Eastern Partnership, a part of the European Neighbourhood Policy, or the European Endowment Fund. In the years 2009-2011 Jerzy Buzek, the former Polish prime minister, was President of the European Parliament.



relations with candidate countries, including Turkey.¹ Poland is a natural ally for Turkey given the absence of contentious issues between the two countries, their importance for European security and their historical connections. Those aspects of relations with Turkey have already been noticed by Lithuania.² In Poland, Turkey could have a strategic partner in Europe, one which is closer than Spain, Italy or the United Kingdom, and stronger than Lithuania.

The Polish-Turkish partnership could be focused on areas that are priorities for Poland and the EU (such as energy security), consolidating closer ties with Turkey (by eliminating the visa regime, for example) and through cooperation

as part of the negotiation of the trade and investment agreement between the EU and the USA (TTIP), so that it doesn't discriminate Turkey, which has entered a customs union with the EU. This initiative that links the two countries could also take the form of cooperation in building the bases for democracy and supporting political and economic transformations in Arab Spring countries and of sharing experiences in developmental and regional policy, including bridging the existing gap between both countries' eastern (poorer) and western (more affluent) areas. •

¹ Polish Foreign Policy Priorities 2012-2016, Ministry of Foreign Affairs of Poland, March 2012
² Insight Turkey, vol. 14, SETA, summer 2012.

THINKTANK RECOMMENDATIONS:

- 1. WHILE THE EU REMAINS THE MAIN POINT OF REFERENCE FOR POLAND AND ITS CHIEF AREA OF ACTIVENSNESS,** the country has global ambitions and is seeking new opportunities and partners. For Turkey, this represents a new potential for building partnerships with one of Europe's strongest economies.
- 2. THE ABSENCE OF CONTENTIOUS ISSUES BETWEEN POLAND AND TURKEY AND THEIR SHARED PAST FORM A GOOD FOUNDATION FOR A WIDER ALLIANCE.** Six hundred years of diplomatic relations should provide an impulse to give fuller substance to the Strategic Partnership declaration signed by prime ministers Donald Tusk and Recep T. Erdoğan in 2009.
- 3. POLAND COULD BECOME ONE OF THE MOST IMPORTANT ADVOCATES FOR CLOSER TIES BETWEEN THE EURO-ATLANTIC COMMUNITY AND TURKEY.** Cooperation could also significantly boost Poland's efforts to increase its economic presence in Africa and Asia, where Turkey already has considerable influence.

1989

beginning of political and market reforms in Poland

235.1 billion USD

value of direct investment by foreign companies since 1990

Source: NBP 2014

57.4 billion USD

value of direct investment by Polish companies abroad

Source: NBP 2014

2004

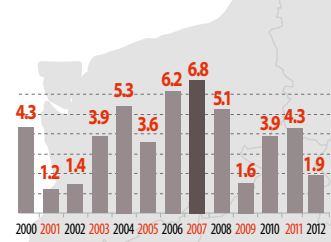
Poland joins the European Union

506 million

people live in the EU 7.6 per cent of whom are Poles

Source: Eurostat 2014

GDP Growth in 2000–2012 (%)



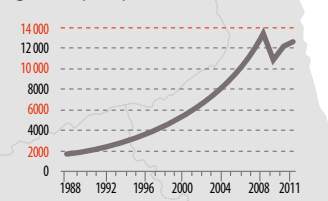
Source: GUS

6.8%

Poland's highest GDP growth rate (in 2007)

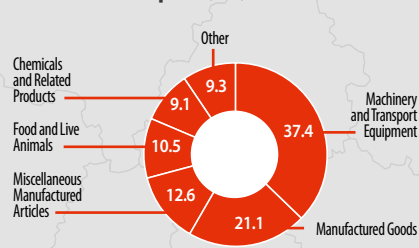
Unprecedented Growth of Income in the Post-WWII Period

growth in per capita GDP in 1988–2011 (in USD)



Source: World Bank

Breakdown of Exports (in %)



Source: GUS 2013

76.1%

of Polish exports go to the European Union

Source: GUS 2013

3-fold

is how much the value of Poland's exports has grown from 2002 to 2012 – to 226 billion USD

Source: UNCTAD 2013

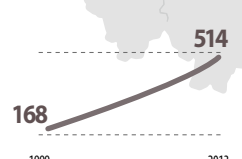
971

new companies registered in Poland every day in 2013 (one every 29 seconds)

Source: Centralny Ośrodek Informacji Gospodarczej 2014



Gross Domestic Product (in billion USD)



Source: IMF 2014

Over 300%

Poland's GDP increase in 1999–2013

Per Capita GDP of Chosen EU Countries in 2006–2012

	in thousand USD							as % of EU average (PPP)						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
EU	29.7	34.2	36.6	32.6	32.4	34.9	32.8	100	100	100	100	100	100	100
Eurozone	33.0	37.8	41.2	37.5	36.7	39.4	36.5	110	110	110	109	109	109	108
Czech Republic	14.5	17.5	21.7	18.9	19.0	20.6	18.5	80	83	81	83	81	81	81
Germany	35.2	40.3	43.9	40.0	40.2	43.9	41.4	116	116	116	115	120	123	123
Hungary	11.2	13.6	15.4	12.7	12.8	13.9	12.7	63	62	64	65	66	67	67
Poland	8.9	11.1	13.9	11.3	12.3	13.4	12.7	52	55	56	61	63	65	67

Source: UNCTAD, Eurostat 2014

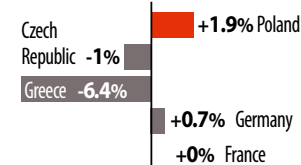
64.2%

of Poles are of working age

Source: GUS 2013

1.9%

Poland's GDP growth in 2012; it fell in the EU as a whole by 0.4 per cent



Source: Eurostat 2014

Poland has 38.5 million

inhabitants. Germany has 80.5 million, France – 65.6 million, UK – 63.9 million and Italy – 59.7 million inhabitants

Source: Eurostat 2014

67%

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

2012 per Capita GDP (% of EU average)

Country	Poland	Hungary	Greece	Czech Republic	Spain	France	Luxembourg	United States	Austria	Netherlands	Germany	Germany
Percentage	67	67	75	79	95	108	262	153.3	130	128	122.3	110

Source: Eurostat 2014

Poland's Competitiveness

Country	Place
Switzerland	1
Singapore	2
Germany	4
USA	5
Poland	42
Turkey	44
Czech Republic	46
Italy	49
South Africa	53
Hungary	63

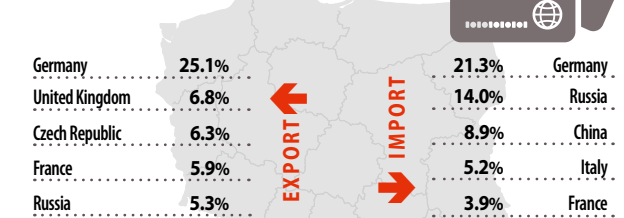
Source: Global Competitiveness Report 2013–2014, WEF

Poland ranked 14th

on the list of most attractive investment destinations in 2013–2015

Source: World Investment Report, UNCTAD 2013

Poland's Main Trade Partners



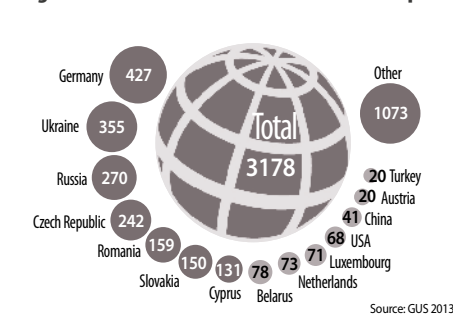
Source: GUS 2013

Kraków no 1

location in Europe for FDIs in service sector

Source: Tholons 2013

Foreign Subsidiaries and Branches of Polish Companies in 2011



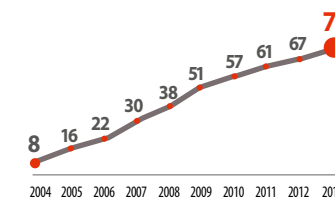
Source: GUS 2013

Internet 95%

of Poland's companies have access to the Internet

Source: GUS 2014

Networking percentage of the Polish population with access to the Internet in 2004–2013



Source: Eurostat

1st Investment

Poland's place in the ranking of the most attractive investment locations in Central and Eastern Europe. Managers of global companies rated Poland as high as Germany

Source: 2013 European Attractiveness Survey, Ernst and Young

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

Region	China	Western Europe	North America	Central and Eastern Europe	Brazil	Russia	India
Percentage	43	37	29	28	26	20	19

Source: 2013 European Attractiveness Survey, Ernst and Young

Turcja

łączy rozwój
Europy
z dynamiką Azji.
/Turkey combines
European
development
with Asian
dynamism.

Turcja

regionalne mocarstwo z wielkimi ambicjami

◆ Turkey – A Regional Power
with Great Ambitions

☐ Duży rynek wewnętrzny, strategiczne położenie, silna baza przemysłowa, konsekwentna polityka prorozwojowa, unia celna z UE oraz wysoki poziom inwestycji zagranicznych to najważniejsze elementy tureckiego sukcesu gospodarczego w ostatnich trzech dekadach. W tym czasie Polska weszła do NATO, UE i podpisała układ z Schengen oraz stała się znaczącym graczem w polityce europejskiej. 600-lecie dwustronnych stosunków dyplomatycznych Polski i Turcji może nadać nowy impuls związanemu kilka lat temu strategicznemu partnerstwu.

- Co dla rozwoju dwustronnej współpracy gospodarczej mogą dziś zrobić oba rządy?
- Które sektory tureckiego rynku są najbardziej obiecujące dla polskich firm?

☐ A large internal market, a strategic location, a strong industrial base, consistent pro-growth policies, a customs union with the EU and a high level of foreign investment are the most important elements behind Turkey's economic success of the last three decades. During that time, Poland has joined NATO, the EU and the Schengen Zone, and has become an important player on the European political stage. Six hundred years of diplomatic relations between Poland and Turkey could give a new impulse to the strategic partnership between the two countries established a few years ago.

- What can both governments do to further bilateral economic cooperation?
- Which sectors of the Turkish market are the most promising for Polish firms?

O co gra dziś Turcja i co to oznacza dla Polski



autorzy: MAŁGORZATA BONIKOWSKA, PAWEŁ RABIEJ, ANDRZEJ TURKOWSKI

600. rocznica nawiązania stosunków dyplomatycznych jest dobrą okazją do zacieśniania relacji Polski i Turcji. Oba rynki są dla siebie atrakcyjne. Partnerstwo może także scementować współpraca polityczna w zakresie europejskich aspiracji Turcji i promocji doświadczeń transformacyjnych.

Trudno się dziwić, że Turcy są zniechęceni Europą. Młyny unijnej biurokracji już od 1959 r. miały dane i scenariusze na temat wstąpienia Turcji do Unii Europejskiej. W końcu będzie to musiało doprowadzić do politycznej decyzji. Tymczasem stosunek Europy do tego kraju jest skomplikowany. Europa nie jest zdecydowana, czy Turcja jest częścią Zachodu, czy nie, i czy pasuje pod każdym względem do „europejskiej układanki”. Trafnie ujął ten dylemat Zbigniew Brzeziński – jego zdaniem „Turcji nie oddziela od Europy ani geografia, ani styl życia, ale ambiwalencja [...] w kwestii tego, co jest politycznie i kulturowo właściwe dla obecnego postimperialnego Zachodu”¹.

Jeżeli jednak Unia na czas nie da Turcji jasnego sygnału, że atrakcyjna forma relacji z UE jest możliwa, Turcja skupi się na budowaniu własnej przestrzeni wpływów. To zaś może się okazać dla Europy znacznie mniej

Turcję z Unią Europejską łączą silne fundamenty gospodarcze.

korzystne. Przywołajmy ponownie Brzezińskiego: utrzymujące się wykluczenie Turcji z UE odzwierciedla nie tylko brak strategicznej ambicji Europy, lecz także brak długofalowego myślenia, może bowiem zmniejszy europejskie bezpieczeństwo.

Dziś obie strony wydają się nie wiedzieć, co zrobić w dynamicznie zmieniającej się sytuacji: globalnej, regionalnej i wewnętrznej. Czy swoje marzenie o wielkości Turcja będzie realizowała wraz z Europą (i Polską), czy obok niej? To kluczowe pytanie dla przyszłości europejsko-tureckich, a także (w znacznej mierze) turecko-polskich relacji.

KURS NA MODERNIZACJĘ

Aby zrozumieć obecne aspiracje Turcji, warto prześledzić ważne wydarzenia w jej historii. Podwaliny współczesnego państwa tureckiego położył marszałek Mustafa Kemal, zwany Atatürkiem, czyli „ojcem wszystkich Turków”. Architekt niepodległej

republiki i jej pierwszy prezydent zaprojektował ją jako silne, laickie państwo religijnego społeczeństwa. Przez lata do najważniejszych celów rządu należały demokratyzacja, modernizacja, rozwój ekonomiczny i organizacja przestrzeni polityczno-społecznej na wzór amerykański. Po II wojnie światowej polityka zagraniczna była wyznaczana przez strategiczny sojusz ze Stanami Zjednoczonymi w opozycji do Związku Radzieckiego (co oznaczało m.in. bliskie związki z Izraelem), aktywne członkostwo w NATO (od 1952 r., co łączyło się z utrzymywaniem własnej siły militarnej), a także neutralne relacje z sąsiadami (w większości państwa islamskie) oraz dążenie do maksymalnego zbliżenia z jednoczącą się Europą.

Ostatnia dekada zimnej wojny oraz okres po jej zakończeniu przyniosły poważne zmiany nie tylko w otoczeniu geopolitycznym, ale także wewnątrz kraju. Turecka gospodarka – z zamkniętej i zdominowanej przez rolnictwo – zmieniła się w napędzaną usługami oraz sektorem produkcyjnym nastawionym na eksport. Podczas gdy jeszcze w 1985 r. handel zagraniczny w Turcji stanowił 29 proc. PKB, w 2012 r. jego wartość wzrosła do 50 proc.² Turcja, podobnie jak Polska, została beneficjentem gwałtownego rozwoju globalizacji w pierwszej dekadzie po zakończeniu zimnej wojny. Zwieńczeniem jej rosnącej pozycji w międzynarodowej gospodarce było jej wejście w 1999 r. do grupy G20.

Przyspieszenie rozwoju przypadło na ponad dekadę rządów Partii Sprawiedliwości i Rozwoju (Adalet ve Kalkınma Partisi – AKP) kierowanej przez Recepa T. Erdoğan, która objęła władzę w 2002 r. Dzięki szybkiemu wzrostowi gospodarczemu w tym okresie (średnio 5 proc. PKB rocznie)

Choć dla Turcji integracja z UE wciąż jest istotna, dynamiczny wzrost gospodarczy, rosnąca pozycja Turcji w regionie i zmiany w jej otoczeniu skłaniają tureckie elity do redefinicji strategicznych priorytetów.

76-milionowy turecki rynek stwarza polskim firmom zainteresowanym ekspansją zagraniczną duże szanse. Dodatkowe okazje wiążą się z możliwościami wspólnej z tureckimi firmami ekspansji w Afryce i Azji Środkowej.

tureckie PKB per capita wzrosło z 3,5 do blisko 11 tys. dol. Mierzone parytetem siły nabywczej wyniosło ponad 15 tys. dol. Choć Turcja nie została zaliczona do grupy BRICS, stała się średniej wielkości mocarstwem globalnym, którego horyzont działania nie ogranicza się do regionu³.

Zarazem w sferze politycznej nowy rząd zakwestionował linię polityczną kemalistycznych poprzedników. Rozwojowi ekspansji ekonomicznej w regionie towarzyszyło aktywne zainteresowanie sprawami innych krajów, zwłaszcza państw Bliskiego Wschodu. Politykę zagraniczną wzbogaciły nowe wektory określane mianem „konceptu strategicznej głębi”, m.in. polityka „zero problemów z sąsiadami” (rozwiązywanie kwestii spornych przez dialog, wspieranie rozwoju, dobrobytu i ekonomicznej niezależności państw ościennych) oraz dążenie do odgrywania roli lidera krajów muzułmańskich. Jednocześnie w odpowiedzi na globalną zmianę układu sił Turcja zaczęła wychodzić w świat (Afryka, Ameryka Południowa, Azja Wschodnia), m.in. w poszukiwaniu dostępu do surowców i rynków zbytu.

W OKU CYKLONU ZMIAN

Jednak końcówka ubiegłej dekady przyniosła Turcji kłopoty. Globalny kryzys finansowy i gospodarczy nie tylko odbił się na tureckiej gospodarce, ale także nasilił tendencje ksenofobiczne w europejskich społeczeństwach. Ich przejawem były np. morderstwa popełnione na Turkach mieszkających w Niemczech.

Jeszcze poważniejsze wyzwania pociągnął za sobą upadek starego porządku na Bliskim Wschodzie, którego odsłonięciem była tzw. arabska wiosna czy trwająca wojna w Syrii.

Politykę sąsiedzką Turcji można dziś określić jako „zero spraw wokół nas bez nas”. Państwo to skutecznie rozwija mechanizmy współpracy strategicznej na wysokim szczeblu, buduje silną bazę traktatową, a także intensywnie działa w sprawie konfliktu w Syrii.



Po początkowej fazie entuzjazmu i współdziałania Turcji z państwami Zachodu dość szybko okazało się, że zmieniające geopolityczne zainteresowania Stany Zjednoczone oraz tkwiąca w marazmie Unia Europejska nie są skłonne do poważnego zaangażowania na pograżającym się w chaosie Bliskim Wschodzie. Wskutek tego Turcja automatycznie stała się najważniejszym przedstawicielem Zachodu w regionie, ale jednocześnie jej zaangażowanie w sprawy Bliskiego Wschodu doprowadziło do ochłodzenia jej relacji z częścią sąsiadów (Syria, Egipt, Irak, Iran).

Odpowiedzią tureckich władz na zmiany zachodzące na arenie międzynarodowej było zintensyfikowanie aktywności dyplomatycznej. Politykę sąsiedzką Turcji można dziś określić jako „zero spraw wokół nas bez nas”. Jej przejawem jest m.in. rozwijanie mechanizmów współpracy strategicznej na wysokim szczeblu (wspólne posiedzenia rządów z 15 krajami), budowanie silnej bazy traktatowej (358 umów podpisanych w ciągu czterech lat z 14 krajami), ale także intensywność i skala działań wobec konfliktu w Syrii.

MIĘDZY EUROPA I USA

Wiele z tych zmian umknęło uwadze Europejczyków. Od lat postrzegają oni Turcję stereotypowo – jako państwo przyjazne i stabilne, ale mało zamożne, kulturowo i mentalnie odległe. Ma to negatywny wpływ na proces integracji Turcji z Unią Europejską. Wniosek o członkostwo Turcja

złożyła już w 1959 r. Zimna wojna była wówczas u szczytu, a bezbronna Europa czuła, że jej bezpieczeństwo zależy od NATO. Turcja zaś – z silną armią i wysokimi wydatkami na obronę – była (i jest) drugim po Stanach Zjednoczonych głównym rozgrywającym w Pakcie. W dłuższej perspektywie Europejczycy widzieli Turków jako lojalnych partnerów, jednoznacznie opowiadających się przeciw blokowi wschodniemu i powoli się europeizujących.

W 1996 r. Turcja utworzyła unię celną z Unią Europejską, a w 1999 r. została oficjalnym kandydatem do UE. Nie weszła jednak do grona państw, które dopuszczono wtedy do negocjacji, bo upadek ZSRR radykalnie zmienił relacje w regionie. Europie Zachodniej znacznie bliżej było do centralnej i wschodniej części Starego Kontynentu. Część tureckich elit do dziś uważa tamtą decyzję za krzywdzącą.

Rozpoczęte wreszcie w 2005 r. negocjacje akcesyjne dość szybko utknęły w martwym punkcie. Udało się je odblokować w 2013 r., ale nadal tylko jeden z 35 rozdziałów negocjacyjnych jest zamknięty. Nie pozostaje to bez wpływu na turecką opinię publiczną, tym bardziej że siła gospodarcza i pozycja międzynarodowa tego kraju znacznie w tym czasie wzrosły. Jeszcze w 2004 r. akcesję Turcji do UE popierało 73 proc. tureckiego społeczeństwa. Obecnie – 44 proc. Liczba przeciwników integracji wzrosła z 9 do 34 proc.⁴

Jednocześnie w Europie rośnie sceptycyzm wobec procesu rozszerzenia UE w ogóle, a o Turcję w szczególności.

Jak pokazują badania *Transatlantic Trends 2013*, tylko 20 proc. mieszkańców UE uważa, że wejście tego kraju do Unii byłoby dobrym rozwiązaniem. W sferze politycznej krytykę budzi sytuacja wewnętrzna Turcji, a zwłaszcza standardy demokracji.

Mimo to Turcję z UE łączą silne fundamenty gospodarcze: 41,5 proc. tureckiego eksportu i 36,7 proc. importu przypada na kraje UE. Turcja jest szóstym największym partnerem handlowym Unii (piątym pod względem eksportu i siódmym importu), a z Europy pochodzi 73 proc. bezpośrednich inwestycji zagranicznych, które napłynęły do tego kraju. Ale i to się stopniowo zmienia – w bilansie handlowym Turcji rośnie znaczenie wymiany z Bliskim Wschodem i krajami obszaru poradzieckiego.

Inaczej wyglądają stosunki Turcji z drugim filarem strefy euroatlantyckiej – Stanami Zjednoczonymi. Podczas gdy relacje gospodarcze między oboma krajami są słabo rozwinięte (udział USA w handlu zagranicznym Turcji w wynosi ok 5 proc., a w 2011 r. handel USA z Turcją był na poziomie niższym niż z Kostaryką), to dla USA Turcja – jako kluczowy członek Sojuszu Północnoatlantyckiego („południowa kotwica”⁵) – odgrywa istotną rolę w sferze bezpieczeństwa.

CO ZDETERMINUJE PRZYSZŁOŚĆ TURCJI?

Ambicje Turków dotyczące miejsca ich kraju na światowej scenie politycznej są duże. Zgodnie z przygotowaną przez rząd premiera Recepta T. Erdoğan strategią *Wizja 2023* za niecałą dekadę Turcja, świętująca wówczas stulecie ustanowienia republiki, ma się znajdować w pierwszej dziesiątce największych gospodarek świata, z dochodem na głowę mieszkańca w wysokości 25 tys. dol.

Otwartym pytaniem pozostaje, czy dawne imperium osmańskie będzie swoje ambicje realizować jako część szerokiego Zachodu (co postuluje np. Zbigniew Brzeziński),

czy też jako samodzielny gracz balansujący między Stanami Zjednoczonymi i UE a nowymi potęgami wschodzącymi. Decydujące znaczenie dla geopolitycznej przyszłości Turcji będą miały negocjacje akcesyjne z UE, ale także kształt negocjowanej umowy o Transatlantyckim Partnerstwie Handlowo-Inwestycyjnym (TTIP).

Na tym pierwszym polu widoczne jest pewne ożywienie – pod koniec ubiegłego roku Turcja i Unia Europejska otworzyły nowy rozdział w negocjacjach (polityka regionalna). Podczas wizyty premiera Erdoğan w Brukseli w styczniu 2014 r. padła zaś zapowiedź wznowienia rozmów w dwóch kluczowych rozdziałach (wymiar sprawiedliwości i prawa podstawowe oraz sprawiedliwość, wolność, bezpieczeństwo). Niezależnie od tych postępów w negocjacjach losy procesu przystąpienia Turcji do UE zależą od nastawienia Francji i Niemiec. Niemniej Turcja – która jest w unii celnej z UE – nie nastaje już na akcesję tak bardzo jak kiedyś, a obecny rząd coraz częściej dystansuje się wobec tej koncepcji. Priorytetem Turcji w relacjach z UE jest dziś zniesienie obowiązku wizowego (tak jak to ma miejsce w przypadku wszystkich pozostałych krajów kandydackich), co jest szczególnie istotne w relacjach gospodarczych.

Kwestia akcesji Turcji w UE najprawdopodobniej pozostanie nierozstrzygnięta jeszcze przez wiele lat, ale na jej pozycję w strefie euroatlantyckiej szybciej może wpłynąć wspomniana umowa TTIP. Z jednej strony wbudowanie w nią rozwiązań pozwalających Turcji korzystać ze swobodniejszego przepływu towarów i usług będzie silnym impulsem ponownie łączącym ją z Zachodem. Z drugiej jednak, jak stwierdził szef tureckiej dyplomacji Ahmet Davutoğlu, wykluczenie Turcji z tego porozumienia (mimo że Ankara pozostaje w unii celnej z UE) „wepchnie Turcję w ramiona tych państw, które podważają porządek ekonomiczny ustalony przez Zachód”.

Według strategii *Wizja 2023* za niecałą dekadę Turcja będzie w pierwszej dziesiątce największych gospodarek świata.

Brak zdecydowania i jasnej wizji, jakiego rodzaju stosunków z tym krajem Europa i Stany Zjednoczone tak naprawdę chcą, będą skłaniać Turcję do poszukiwania nowych politycznych pomysłów na swoją przyszłość oraz nowych partnerów, przede wszystkim w najbliższym sąsiedztwie, czyli na Bliskim Wschodzie i w Afryce Północnej. Jest to tym bardziej prawdopodobne, że gospodarcza ekspansja w globalnym świecie przychodzi tureckim firmom dość łatwo. Chcąc ją wesprzeć, tylko w Afryce w ciągu ostatnich czterech lat rząd otworzył 23 nowe ambasady, by spozycjonować się wśród afrykańskich elit jako alternatywa dla Chin. I jest to atrakcyjna alternatywa, bo Turcy w afrykańskich państwach nie tworzą zamkniętych enklaw, lecz integrują się z lokalną społecznością, a także dają jej miejsca pracy.

Jednocześnie w Turcji rośnie nowa generacja dyplomatów i urzędników państwowych, którzy już nie są tak zapatrzeni w Zachód jak ich poprzednicy. Na pytanie o ulubione miasta świata minister Davutoğlu wymienił niedawno nie Nowy Jork czy Paryż, lecz Stambuł, Jerozolimę i Mekkę.

Co więcej, 90-lecie republiki w 2013 r. Turcja świętowała z premierem Japonii, który przyleciał do Stambułu na otwarcie Marmara Rail pod Bosforem – pierwszego na świecie międzykontynentalnego tunelu kolejowego, zbudowanego przez japońskich inżynierów, dzięki któremu szybka kolej połączy Stambuł z Ankarą, a docelowo Pekin z Londynem. To pokazuje, jaki plan na siebie ma dziś Turcja.

Polskie
MG uznało
Turcję za jeden
z siedmiu
rynków
najbardziej
perspektywicznych
dla rodzimych
firm.

POLACY I TURCY – STARZY ZNAJOMI

To, czego Europa nie chce dostrzec w Turcji, może zobaczyć Polska, która w ostatnich latach intensywnie szuka partnerów także poza UE. Ożywienie w dwustronnych stosunkach przyniosły wizyty premiera Donalda Tuska w Turcji w 2010 r. oraz premiera Recepta T. Erdoğan w Polsce w 2009 i 2013 r. W 2012 r. powstała Polsko-Turecka Grupa Parlamentarna, a rok później także Polsko-Turecka Rada Biznesu.

Dla Polski, która w ostatnich latach umocniła swą pozycję w Europie i zaczęła się bardziej otwierać na relacje zewnętrzne, Turcja jest pożądanym partnerem zarówno politycznym, jak i gospodarczym. Oba kraje łączy nie tylko przeprowadzona transformacja i proces akcesji do UE, ale także aktywna rola w NATO i ambicje odgrywania istotnej roli w swych regionach.

Obchody 600 lat relacji dyplomatycznych, które zainauguruje wizyta prezydenta RP Bronisława Komorowskiego w Turcji, to doskonała okazja, by przypomnieć karty z chlubnej wspólnej przeszłości i na tej podstawie zacząć budować współpracę strategiczną obu państw. Tak długa tradycja stosunków dyplomatycznych nieczęsto zdarza się w stosunkach międzynarodowych. Przez stulecia oba kraje łączyła wspólna granica, przez którą wzajemnie przenikały się kultury. W języku polskim nadal funkcjonują słowa pochodzenia tureckiego, tj.: „torba”, „bazar”, „jogurt”, „bakalie” czy „arbuż”. Polska i Turcja mają także wielowiekowe doświadczenie adaptowania cywilizacyjnych wzorców Wschodu

Patrząc na cieśninę Bosfor z pałacu Topkapı, gdzie przez kilka stuleci mieszkali otomańscy władcy, dostrzega się jednocześnie Europę i Azję, przeszłość imperium i współczesność modernizującej się republiki. Miniona świetność chrześcijańskiej stolicy Cesarstwa Bizantyjskiego splata się z teraźniejszością Islambol, czyli „miasta islamu”. Najważniejszy zabytek Stambułu – Hagia Sophia, przez tysiąc lat największa świątynia chrześcijańskiego świata – do dziś pozostaje wzorem dla twórców kościołów i meczetów. Budowla ta symbolizuje Turcję jako państwo łącznik, twór stojący na dwóch nogach: azjatyckiej i europejskiej.



Między Europą i Turcją „mostów” wznosić nie trzeba. Obie przestrzenie łączy wielowiekowa tradycja współpracy politycznej, handlu, przenikania się kultur i idei. W 2014 r. Polska i Turcja będą obchodzić 600-lecie stosunków dyplomatycznych (w 2012 r. 450-lecie relacji z Turcją świętowały Czechy).



i Zachodu. To łączy i pozwala lepiej się zrozumieć. O wzajemnym szacunku świadczy m.in. to, iż imperium osmańskie nigdy nie uznało rozbiorów I Rzeczypospolitej, co jest do dziś podkreślane przez Polaków.

GOSPODARKA – SŁABO WYKORZYSTANE POLE

Dobre relacje polityczne sprzyjają budowaniu intensywniejszych relacji gospodarczych, choć na tym polu jeszcze wiele jest do zrobienia. Obroty handlowe z Turcją dorównują wymianie Polski z Norwegią, Danią czy Austrią, jednak zważywszy na skalę obu krajów, nie jest to wynik imponujący. Polsko-turecka wymiana handlowa w latach 2004–2011 prawie się potroiła (z 2 mld dol. w 2004 r. do 5,6 mld dol. w 2011 r.), ale w 2012 r. zanotowała spadek o 7 proc. (do 5,2 mld dol.). Polski eksport do Turcji miał wartość 3,9 mld dol. (spadek o 6 proc. w porównaniu z 2011 r.), a import 2,1 mld dol. (w dół o 8 proc.).

Niewykorzystany potencjał istnieje także w odniesieniu do inwestycji zagranicznych. Co prawda szacowana wartość ulokowanego w Turcji polskiego kapitału jest niemała – aż 200 mln euro (91 firm, najwięcej zainwestowały grupa kapitałowa Selena, spółki MPN EE, firmy Smyk oraz X-Trade Brokers, Asseco, Polpharma oraz Maspex Wadowice) – ale tureckie inwestycje w Polsce są cztery razy mniejsze. W 2012 r. ich skumulowana wartość wyniosła zaledwie

49,5 mln euro. Według danych GUS w 2012 r. w Polsce działało 190 spółek z udziałem kapitału tureckiego. Pięć z nich (Dallas Corporations sp. z o.o., Koç Holding, Mesa Mesken A.Ş., Polimer Kauçuk Sanayi Ve Pazarlama A.Ş., YENIGUN Construction Industry and Commerce Inc.) jest na liście największych inwestorów PAIiZ (edycja 2012 r.).

CEL: ZINTENSYFIKOWANIE WSPÓŁPRACY

Ministerstwo Gospodarki RP już kilka lat temu uznało Turcję za jeden z siedmiu rynków najbardziej perspektywicznych dla polskich firm. Polska prowadzi w Turcji dwa programy promocji branżowej (odzież i galanteria skórzana, kosmetyki) oraz szeroką kampanię informacyjną. Podczas ostatniej wizyty premiera Recepty T. Erdoğan w Polsce w listopadzie 2013 r. odbyło się Polsko-Tureckie Forum Gospodarcze, w którym uczestniczyło prawie 200 przedsiębiorców tureckich i 160 polskich. Wicepremier i minister gospodarki Polski Janusz Piechociński podkreślał wagę relacji gospodarczych z Turcją dla Polski, a minister gospodarki Turcji Zafer Çağlayan zapowiedział podwojenie wymiany handlowej (do 10 mld dol.) w ciągu najbliższych lat.

Aby zintensyfikować kontakty gospodarcze i wykorzystać istniejący potencjał, potrzebna jest jednak determinacja rządów obu krajów i określenie priorytetowych obszarów współpracy.

Ogromny potencjał istnieje w energetyce – ze szczególnym uwzględnieniem zielonych technologii (m.in. oferowanych przez spółki klastra GreenEvo), zwłaszcza że polskie firmy mają bogate doświadczenie w projektowaniu, budowie i serwisowaniu tureckich elektrowni. Obiecująco wygląda handel produktami spożywczymi oraz komponentami, m.in. dla przemysłu samochodowego (Turcja chce stworzyć własną markę aut), lotniczego oraz budowlanego, przemysł tekstylny i modowy, sprzęt oraz usługi medyczne, budownictwo, inżynieria, a także edukacja.

Warto, by działania polskich firm wpiły się w turecką strategię zwiększania innowacyjności gospodarki (m.in. poprzez nowoczesny design, w czym Polska osiąga światowe sukcesy), w tym zwłaszcza modernizacji sektora zbrojeniowego (np. radary pokładowe i lotnicze), energetyki i ochrony środowiska. Polskie firmy doradcze mogą też wchodzić w konsorcja do przetargów na realizację projektów typu *Technical Assistance* dla tureckiej administracji, finansowanych w ramach funduszu przedakcesyjnego IPA. Szanse na współpracę istnieją także w odniesieniu do turystyki, która jest drugim po eksporcie źródłem tureckich przychodów (25,6 mld dol. w 2012 r.). Na tym polu potrzebne jest stymulowanie zwiększenia współpracy operatorów w zrównoważenie bilansu (obecnie jest negatywny dla Polski), a także wykorzystanie możliwości inwestycji tureckich firm w polską infrastrukturę hotelową.

„GO AFRICA WITH TURKEY”?

Warta uwagi może być też współpraca polskich i tureckich firm na rynkach trzecich, w tym w szczególności w Afryce i Azji Środkowej. Sprzyjają temu polityczne i biznesowe synergie. Turcja daje mocne wsparcie dyplomatyczne swoim firmom, podczas gdy Polska ma tam tylko pięć ambasad. Turcja realizuje już w Afryce duże projekty infrastrukturalne, uczestnicząc w przetargach

publicznych i ostro konkurując z obecnymi tam „od zawsze” firmami europejskimi i amerykańskimi, a także chińskimi. Polska może pomóc Turkom wygrywać dzięki posiadanym technologiom, wzornictwu i produktom najwyższej jakości, wyprodukowanym w Unii Europejskiej, a jednocześnie sprzedawanym po bardziej konkurencyjnych cenach niż zachodnie. Dodatkowo Polacy nie budzą wśród Afrykanów negatywnych skojarzeń ze względu na brak kolonialnej przeszłości Polski, co jest na rękę Turkom zabiegającym o poparcie miejscowych władz dla rozszerzenia swej obecności gospodarczej na tym kontynencie.

Umowę o współpracy na rynkach krajów trzecich Ankara podpisała na razie z Syrią. Teraz jest zainteresowana partnerstwem z Polską. Warto więc w praktyce rozszerzyć hasło „Go Africa”, zachęcając polskie firmy do obecności na tym kontynencie, na „Go Africa with Turkey”. Byłoby to jednocześnie ważnym elementem politycznej agendy polsko-tureckiej, która powinna zakładać szerszy sojusz, bazujący na wymiernych korzyściach dla obu stron.

Niezależnie od tych działań pożądane byłyby:

- a) poszerzenie listy branż wspieranych przez MG (komponenty samochodowe, produkty spożywcze, sprzęt medyczny, informatyka, zielone technologie, energetyka, turystyka i edukacja) oraz systematyczna promocja polskich produktów i marek w Turcji;
- b) intensyfikacja bezpośrednich kontaktów regionów i firm oraz zadbanie o wspólne stoiska narodowe na targach branżowych (można tu np. naśladować działania Niemiec);
- c) większe wsparcie promocyjne i operacyjne (zwłaszcza przez resorty gospodarki oraz spraw zagranicznych) tych polskich firm, które mają pozycję na

Jeśli Unia na czas nie da Turcji sygnału, że atrakcyjna forma relacji z UE jest możliwa, Turcja skupi się na budowaniu własnej przestrzeni wpływów.

rynkach zagranicznych i możliwości inwestycyjne, a są zainteresowane rynkiem tureckim;

d) stworzenie parasola politycznego dla dużych kontraktów polsko-tureckich, w tym w sektorze publicznym (energetyka, infrastruktura transportowa, przemysł zbrojeniowy, technologie związane z bezpieczeństwem);

e) silniejsze połączenie w przyszłości promocji gospodarki z promocją polskiej kultury, prawie nieobecna w Turcji mimo wielowiekowych relacji między państwami. Kultura jest ważnym elementem polskiej „miękkiej siły” i może być doskonałą dźwignią rozwoju kontaktów biznesowych. Dobrym punktem wyjścia będzie grunt, który pozostawi po sobie program kulturalny tegorocznego Roku Polski w Turcji.

Potrzebne jest również większe wsparcie polityczne i operacyjne agend rządowych oraz struktur pozarządowych w sprawie Turcji, m.in. intensyfikacja działań polsko-tureckich izb przemysłowo-handlowych, zwłaszcza Polish-Turkish Business Council (umowa TOBB-KIG), zwiększenie zaangażowania innych polskich organizacji biznesowych (PKPP Lewiatan, KPP, BCC itd.) na rynku tureckim, wsparcie budowania przez nie partnerstw i porozumień z tureckimi organizacjami biznesowymi oraz wynikających z nich działań, intensywniejsza promocja sieci COI (Centra Obsługi Inwestora) w Polsce, które mają możliwości udzielania wsparcia informacyjno-doradczego polskim firmom interesującym się rynkiem tureckim, a wciąż są mało znane. Warto także rozważyć stworzenie w ramach Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych struktury nastawionej na prowadzenie roboczych kontaktów i pomagającej firmom w uruchamianiu w Turcji projektów biznesowych.

W interesie Polski i Unii Europejskiej jest utrzymanie Turcji blisko Europy.

Ważnym elementem w rozwijaniu relacji może być współpraca polskiej i tureckiej administracji oraz ekspertów w zakresie budowania instytucji (*institution building*) i wprowadzania zmian wynikających z przystąpienia Turcji do UE. Polska ma w tej dziedzinie świeże doświadczenia, zwłaszcza w polityce rozwoju i polityce regionalnej. Ciekawą perspektywę kontaktów mogłyby przynieść projekty twinningowe między urzędami centralnymi i samorządami w ramach działań przedakcesyjnych, które dają możliwość przekazywania polskich doświadczeń transformacyjnych nie tylko bezpośrednio do Turcji, ale także pośrednio – poprzez partnerstwa tureckich instytucji z organizacjami w innych krajach regionu.

Warto również rozszerzać współpracę akademicką. Edukacja jest jednym z priorytetów tureckiego rządu, a tureckie uczelnie przyciągają naukowców z całego świata. Polskie placówki edukacyjne cieszą się w Turcji dobrą opinią. Polska jest dla młodych Turków najczęściej wybieranym miejscem studiów w UE (w ramach programu Erasmus). W roku akademickim 2011/2012 nad Wisłę przyjechało prawie 2 tys. tureckich studentów. Resort nauki i szkolnictwa wyższego mógłby zwrócić większą uwagę na tureckich partnerów i stymulować uczelnie obu krajów do zintensyfikowania projektów badawczych oraz zwiększania wymiany studentów i kadry, m.in. w ramach programów unijnych. Dobrym prognozą są plany otwarcia kolejnego instytutu turkologii na Uniwersytecie Gdańskim, a także wprowadzenia kursu języka tureckiego w warszawskim Liceum im. Lajosa Kossutha.

MIEJSCE NA SZERSZY PLAN POLITYCZNY

Wznowione egocjacje akcesyjne między Turcją a UE budzą mieszane uczucia obu stron. Turcy są zmęczeni Europą, a Europa sobą. W interesie Polski i UE jest jednak utrzymanie Turcji blisko Europy i w ogóle blisko Zachodu. Leży to też w interesie

Turcji. Jednym z kluczowych kierunków polskiej strategii zagranicznej jest wspieranie procesu rozszerzenia Unii oraz promowanie relacji z krajami kandydackimi, w tym z Turcją⁶. Zasadne jest zatem pytanie: czy we wzajemnych relacjach jest miejsce na szerszy polityczny sojusz polsko-turecki?

Polska jest dla Turcji naturalnym sojusznikiem ze względu na brak bezpośrednich kwestii spornych, znaczenie dla europejskiego bezpieczeństwa oraz historyczne relacje. Te czynniki dostrzegli już Litwini⁷. Turcja mogłaby mieć w Polsce strategicznego partnera w Europie, znacznie bliższego niż Hiszpania, Włochy czy Wielka Brytania, a mocniejszego niż Litwa.

Polska mogłaby odgrywać aktywniejszą rolę jako sojusznik Turcji – skupić się na obszarach priorytetowych dla Polski i całej UE (np. energetyka), ale także lobbować za niedyskryminującym Turcji kształtem negocjowanego porozumienia umowy TTIP.

Mocniej związać oba państwa może polityka sąsiedztwa UE. Polska stara się popularyzować swoje doświadczenia transformacji gospodarczej i instytucjonalnej w innych krajach, angażuje się we wspieranie przemian demokratycznych m.in. w Tunezji i Libii⁸. Turcja robi podobnie i choć konsekwentnie zaznacza swą odmienność od świata arabskiego, muzułmanie przyjmują to duchowe przywództwo z mniejszą nieufnością niż przywództwo zachodnie.

Łącząc oba kraje inicjatywą mogłoby być polsko-tureckie partnerstwo i współpraca w budowaniu podstaw demokracji czy w transformacji ustrojowej w państwach arabskiej wiosny. Ogłoszenie nowej polsko-tureckiej inicjatywy na

tym polu mogłoby być jednym z elementów nadających konkretny wymiar obchodom rocznicy 600-lecia stosunków dyplomatycznych w 2014 r.

Dróg, którymi mogą pójść Turcja i Europa, jest wiele. Przyszłość mieści się jednak między skrajnymi scenariuszami. Albo zakotwiczona w zachodniej demokracji Turcja stanie się sojusznikiem UE i budowniczym mostów między Zachodem a Orientem, który wzmocni unijną „jedność w różnorodności” i zlikwiduje nieformalne dziś kryterium członkostwa – wyznaczenie⁹ – albo okaże się niewygodnym sąsiadem Europy, który w wyniku zaniedbań i lęków UE skoncentruje się na własnej grze, niekoniecznie na europejskich warunkach. Europa musi zdecydować, jak postrzeżać Turcję i jakich relacji pragnie. Ma jednak na to coraz mniej czasu. Turcja już teraz ma bowiem wystarczająco dużo miękkiej i twardej siły, by iść własną drogą. •

¹ Zbigniew Brzeziński, *Strategiczna wizja*, 2013 r., Wydawnictwo Literackie, s. 183.

² Kemal Kirisci, *Turkey and the Transatlantic Trade and Investment Partnership Boosting the Model Partnership with the United States*, Brookings Institutions, policy paper number 2, wrzesień 2013.

³ Adam Balcer, *Turkey goes global: implications for the EU*, DemosEUROPA, czerwiec 2012.

⁴ *Transatlantic Trends. Key Findings 2013*, German Marshall Fund of The United States, 2013.

⁵ Zbigniew Brzeziński, *Wielka szachownica*, 1999 (wyd. amerykańskie: 1997).

⁶ *Priorytety polskiej polityki zagranicznej 2012–2016*, MSZ, maj 2012.

⁷ „Insight Turkey”, vol. 14. SETA, lato 2012.

⁸ W lipcu 2012 r. MSZ otworzyło polsko-tunezyjski instytut przy ambasadzie RP w Tunisie.

⁹ Więcej: *Turcja i Europa. Wyzwania i szanse*, red. A. Szymański, PISM, 2011.



1923

W tym roku utworzono Republikę Turcji

1963

Podpisanie umowy stowarzyszeniowej ze Wspólnotą Europejską

1987

Złożenie wniosku o członkostwo we Wspólnocie Europejskiej

1996

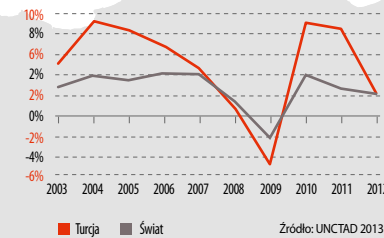
Utworzenie unii celnej z Unią Europejską

76,7 mln osób

Tyle osób mieszka w Turcji. To niemal tyle co w Niemczech – największym państwie UE (80,5 mln)

Źródło: TurkStat, Eurostat 2014

Dynamika PKB w Turcji i na świecie w ostatnim dziesięcioleciu (w %)



14811 dol.

Tyle wyniosło w 2012 r. PKB w przeliczeniu na mieszkańca (PPP) – to o 40 proc. mniej niż w Polsce

Źródło: MFW 2013

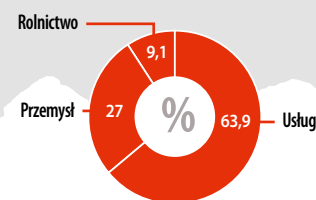


Turcja: 17.

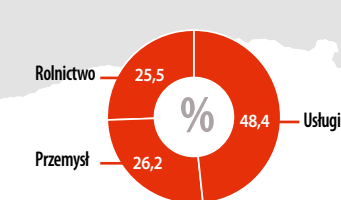
co do wielkości gospodarka świata w 2012 r. (wg PKB w dol., ceny bieżące)

Źródło: MFW 2014

Struktura wytwarzania PKB (w 2012 r.)



Struktura zatrudnienia (w 2012 r.)



8. miejsce

na świecie w wartości produkcji rolnej – Turcja to jedno z niewielu państw świata niezależnych żywnościowo

Źródło: MFW, Invest in Turkey 2014



9.

Turcja dysponuje największą flotą handlową świata

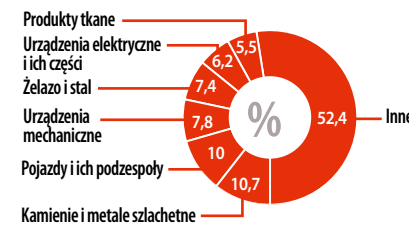
Źródło: EIU 2013

2,9 mln

Tyle baryłek ropy dziennie płynie przez tureckie rurociągi. Leżą w pobliżu ok. 70 proc. potwierdzonych światowych złóż ropy

Źródło: Dane z 2010 r., US EIA, Invest in Turkey 2013

Struktura towarowa eksportu Turcji w 2012 r.

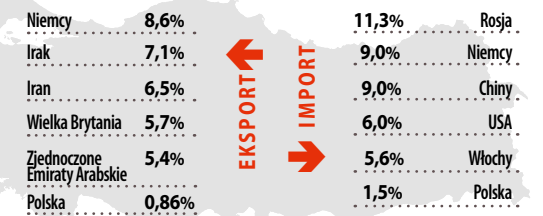


206,2 mld dol.

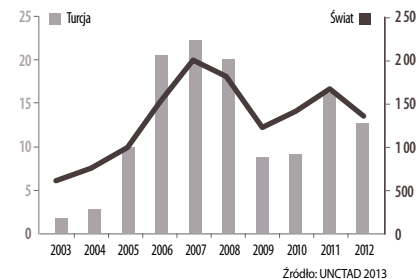
Tyle wart był w 2012 r. eksport Turcji; to blisko 3 razy więcej niż 10 lat wcześniej

Źródło: UNCTAD 2013

Główni partnerzy handlowi Turcji w 2012 r.



Napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych do Turcji a przepływy globalne (w mld dol.)



181 mld dol.

– to wartość wszystkich bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Turcji w 2012 r.

Źródło: UNCTAD 2013

11 tys.

Tyle gatunków roślin występuje w Turcji, podczas gdy w całej Europie jest ich 11,5 tys.

Źródło: Invest in Turkey 2014

25,6 mld dol.

Tyle wynosi zysk z turystyki w 2012 r.

Źródło: UNWTO 2013

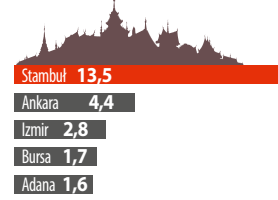


6.

miejsce na świecie pod względem liczby turystów zagranicznych

Źródło: UNWTO 2013

Największe miasta Turcji (liczba mieszkańców w mln)



29,2 lat

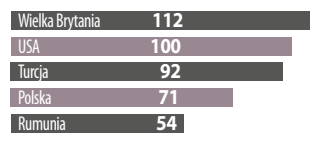
Tyle wynosi mediana wieku w Turcji. To oznacza młode społeczeństwo, bo dla UE wynosi ona 41,9 lat

Źródło: CIA World Factbook, Eurostat 2014

Gdzie jechać w 2014 r.?



Poziom kosztów życia (USA = 100 proc.)



Łatwość prowadzenia biznesu w Turcji i Polsce według Doing Business 2014

Indeks	Turcja	Polska
Zakładanie biznesu	93.	116.
Pozwolenia na budowę	148.	88.
Dostęp do elektryczności	49.	137.
Rejestrowanie własność	50.	54.
Dostęp do kredytów	86.	3.
Ochrona inwestora	34.	52.
Płacenie podatków	71.	113.
Handel ponadgraniczny	86.	49.
Dochodzenie praw kontraktowych	38.	55.
Ogłaszanie upadłości	130.	37.
Pozycja w rankingu ogólnym	69.	45.

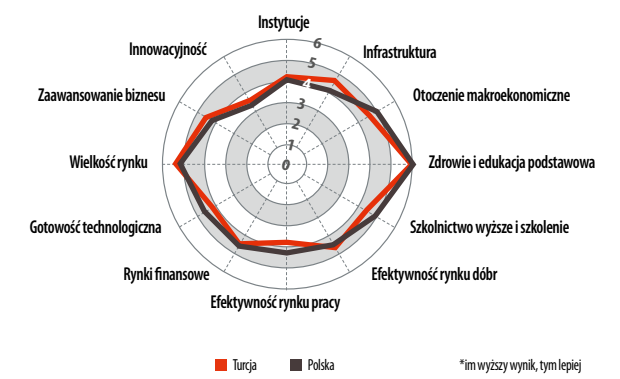
Źródło: Bank Światowy 2013

19.

pozycja w rankingu najlepszych kierunków bezpośrednich inwestycji zagranicznych na lata 2013–2015

Źródło: World Investment Report, UNCTAD 2013

Turcja i Polska według Global Competitiveness Report 2013/2014*





The Potential of Synergy Between Culture and Business

◆ Potencjał synergii między kulturą a biznesem

As it carries out projects all over the world, the Adam Mickiewicz Institute tells a story of Poland. Using the Polish International Cultural Programme of the Polish Presidency of the EU Council in 2011, among other means, we have taken our message to over 40 million viewers on four continents. We wanted the first Polish presidency to be an extraordinary communications anchor – so that Europe, looking at Poland more carefully and more often than usual, would perceive Poland as a nest of creativity on the European continent.

It was an important message. For several years I have been observing how intelligent cultural initiatives influence business decisions. Today, a country's cultural attractiveness is the fifth most-important criterion affecting foreign direct investment decisions. The bridges linking the spheres of business and culture are brilliantly illustrated by Albert Einstein's famous sentence: "Not everything that matters can be counted, and not everything that can be counted matters". I think that a large number of entrepreneurs no longer think in terms of indicators and trends. They know that very soon, competition will revolve around brands, not products. Culture is an industry

Realizując projekty na całym świecie, Instytut Adama Mickiewicza opowiada Polskę. Do tej pory z naszym przekazem dotarliśmy do ponad 40 mln widzów na czterech kontynentach, w tym poprzez międzynarodowy program kulturalny polskiej prezydencji w Radzie Unii Europejskiej w 2011 r. Chcieliśmy, by pierwsza polska prezydencja była wyjątkową kotwicą komunikacyjną – aby Europa, przyglądając się nam uważniej i nieco częściej niż na co dzień, dostrzegła, że Polska jest kreatywnym zagłębieniem na skalę kontynentu.

To był ważny komunikat. Od kilku lat obserwuję bowiem, jak mądre działania w obszarze kultury wpływają na decyzje biznesowe. Atrakcyjność kulturalna kraju jest dziś piątym parametrem decyzji lokalizacyjnej bezpośrednich inwestycji zagranicznych.

Mosty, które łączą biznes i kulturę, doskonale obrazuje słynne zdanie Alberta Einsteina „Nie wszystko, co się liczy, da się policzyć.

Nie wszystko, co da się policzyć, się liczy”.

Myślę, że bardzo wielu przedsiębiorców nie myśli już tylko słupkami. Wiedzą oni, że przedmiotem konkurencji za chwilę będzie nie produkt, lecz marka. Przemysł kultury generuje wzrost PKB, tworzy miejsca pracy, jest dość neutralny dla środowiska naturalnego, podnosi IQ, tworzy kapitał społeczny i markę narodową.

PHOTO / FOT: IAM

that spurs GDP growth, creates jobs, is environmentally friendly, increases IQ, creates social capital and national recognition.

In 2014, Poland and Turkey are celebrating 600 years of diplomatic relations. For this occasion, the Adam Mickiewicz Institute has prepared many projects whose aim is to familiarise viewers with the achievements of this centuries-long relationship. Through nearly 100 cultural projects, we wish to show Poland and to exert a positive influence on the further shaping of Polish-Turkish relations.

Events held as part of the *Promesa-Turkey* programme of the Polish Ministry of Culture and National Heritage will be held not only in Istanbul, Izmir, Bursa or Ankara, but also in other important Turkish cities, like Adana, Antalya, Eskişehir, Mardin or Mersin.

The cultural programme in Turkey will be launched with the *Warm Memories Distant Neighbour – 600 Years of Turkish-Polish Relations* exhibition prepared by the National Museum in Warsaw and the Sakıp Sabancı Museum. Almost 400 selected exhibits will show the centuries-long relations at the diplomatic, military, commercial and cultural levels. The exhibition closing the programme, *Orientalism in Polish Painting, Illustration and Graphic Art*, organised by the Pera Museum in cooperation with

W 2014 r. Polska i Turcja obchodzą 600. rocznicę zawarcia stosunków dyplomatycznych. Z tej okazji IAM planuje wiele projektów mających na celu przybliżyć dorobek tej kilkusetletniej relacji. Chcemy pokazać Polskę poprzez blisko sto projektów kulturalnych i pozytywnie wpłynąć na dalsze kształtowanie się relacji polsko-tureckich.

Dzięki programowi *Promesa – Turcja* polskiego Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego wydarzenia są realizowane nie tylko w Stambule, Izmirze, Bursie czy Ankarze, ale także w pozostałych znaczących miastach, takich jak Adana, Antalya, Eskişehir, Mardin czy Mersin.

Program kulturalny w Turcji zainicjuje wystawa *Przyjazna pamięć – dalekie sąsiedztwo. 600 lat stosunków polsko-tureckich* przygotowana przez Muzeum Narodowe w Warszawie i Sakıp Sabancı Muzeum. Prawie 400 wybranych eksponatów pozwoli pokazać wielowiekowe relacje na płaszczyźnie dyplomatycznej, wojskowej, handlowej i kulturalnej. Zamykająca program wystawa *Orientalizm w polskim malarstwie, rysunku i grafice*, organizowana w Pera Muzeum we współpracy z Muzeum Narodowym w Warszawie, przybliży zaś kształtowanie się smaku artystycznego oraz wrażliwość estetyczną w Polsce od XVIII do XX stulecia.

Ponadto w programie znajdują się utwory reprezentujące polską muzykę poważną i współczesną, nowe formy w sztukach wizualnych i designie, dokonania polskiego

the National Museum in Warsaw, will show the evolution of artistic tastes and aesthetic sensibilities in Poland from the 18th to the 20th century.

In addition, the programme will include works of Polish classical and contemporary music, new forms in visual arts and design, and Polish achievements in the fields of theatre, dance and cinema. The Polish pianist Piotr Anderszewski, theatre director Grzegorz Jarzyna, composer Krzysztof Penderecki and many other celebrated Polish artists will appear in Turkey. The programme also includes co-productions of educational nature as well as musical, choreographic and film workshops. Representatives of the cinema and design world will also have the opportunity to meet directly with potential partners during the branch events organised in Istanbul.

Six hundred years of Polish-Turkish diplomatic relations is an excellent opportunity for the promotion of the Polish brand. I am convinced that combining the force of business and culture will produce new ties for many years of the ongoing Polish-Turkish partnership and will have a positive impact on interpersonal relations, including those of the Erasmus programme, thanks to which thousands of Polish and Turkish students meet each other in our two countries.

teatru, tańca i kina. W Turcji pojawią się także pianista Piotr Anderszewski, reżyser teatralny Grzegorz Jarzyna, kompozytor Krzysztof Penderecki i wielu innych znakomitych polskich twórców. Program obejmuje także koprodukcje, projekty o charakterze edukacyjnym oraz warsztaty muzyczne, choreograficzne i filmowe. Podczas wydarzeń branżowych organizowanych w Stambule szansę na kontakt bezpośredni z potencjalnymi partnerami będą mieli przedstawiciele branży filmowej i designerskiej.

600. rocznica polsko-tureckich stosunków dyplomatycznych to doskonała okazja do promocji marki Polska. Jestem przekonany, że połączenie sił biznesu i kultury zaowocuje nawiązaniem nowych relacji na kolejne lata polsko-tureckiego partnerstwa oraz pozytywnie wpłynie na kontakty międzyludzkie, w tym w ramach programu Erasmus, dzięki któremu już dziś tysiące studentów z Turcji i Polski spotyka się w obu krajach.

Paweł Potoroczyn, Director of the Adam Mickiewicz Institute
/ dyrektor Instytutu Adama Mickiewicza

More about the cultural programme at
/ Więcej o programie kulturalnym: turkiye.culture.pl

CULTURE PL

WIARYGODNE ŹRÓDŁO WIEDZY O POLSKIEJ KULTURZE

THE MOST COMPREHENSIVE SOURCE OF
KNOWLEDGE ABOUT POLISH CULTURE

CODZIENNIE AKTUALIZOWANY SERWIS INFORMACYJNY O WYDARZENIACH KULTURALNYCH Z UDZIAŁEM POLSKICH ARTYSTÓW

UPDATED DAILY NEWS ABOUT
CULTURAL EVENTS WITH THE
PARTICIPATION OF POLISH ARTISTS

A TAKŻE WSZYSTKO O POLSKIEJ KULTURZE W TURCJI W 2014 ROKU

AND EVERYTHING YOU NEED TO
KNOW ABOUT POLISH CULTURE
IN TURKEY IN 2014

WWW.TURKIYE.CULTURE.PL



Dr Małgorzata Bonikowska

Managing Partner of THINKTANK, President of Centre for International Relations
Partner zarządzający THINKTANK, prezes Centrum Stosunków Międzynarodowych

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 in Europe and Asia.

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 w Europie i Azji.



Paweł Rabiej

Managing Partner of THINKTANK / Partner zarządzający 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.

In cooperation with: **Andrzej Turkowski**, analyst at the THINKTANK centre for dialogue and analysis, political scientist and doctoral student at the University of Warsaw. He has worked with the Carnegie Moscow Centre and the Polish Institute of International Affairs, among other institutions.

Współpraca: **Andrzej Turkowski**, analityk ośrodka dialogu i analiz THINKTANK. Politolog, doktorant na Uniwersytecie Warszawskim. Współpracował m.in. z Carnegie Moscow Center oraz Polskim Instytutem Spraw Międzynarodowych.

The Dossier Poland – Turkey, prepared by the THINKTANK centre for dialogue and analysis, 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 Sports and Tourism and the Ministry of Treasury.

Dossier Polska – Turcja, opracowane przez ośrodek dialogu i analiz 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 centre for dialogue and analysis is to provide Polish leaders in business and public administration with the inspiration and tools for decision-making. THINKTANK conducts programmes 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 dialogu i analiz 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, Paweł Rabiej
CONSULTATION: Agata Mężyńska

PUBLISHING COORDINATOR: Anna Chyckowska
ARTISTIC DIRECTOR: Katarzyna Zbytniewska
GRAPHICS: Monika Chylińska
TRANSLATION: Jean-Jacques Granas
ISBN: 978-83-63460-31-0



THINKTANK
IDEAS WHICH HELP
WITH BETTER DECISION-MAKING

A new kind of analysis and research centre providing support among others for global expansion of Polish business

Discussions • debates • publications • THINKTANK quarterly magazine
Network of ideas and good solutions

www.mttp.pl

THINKTANK
centre for dialogue and analysis

www.strefa.gda.pl



SUPPORTING THE GOOD BRAND OF POLISH ECONOMY

- **Best locations for investments:** Industrial areas in North Poland, located in proximity to main traffic routes, international airports and seaports
- **Support for innovative technologies transfer among companies:** Gdansk Science and Technology Park and Baltic Port of New Technologies
- **Clusters:** Cross-regional SEZ Cluster, EDUcluster, Agricultural and Food Production Cluster, Shipyard Cluster
- **Comprehensive consulting at all stages investment project implementation**
- **Cooperation with state and local governments, universities, research facilities, economic and cultural institutions**



Pomeranian Special Economic Zone Ltd.
9 Wladyslawa IV Str., 81-703 Sopot, Poland
Phone: +48 58 555 97 17, Fax: +48 58 555 97 11
E-mail: invest@strefa.gda.pl