



PAIH

Grupa PFR

The background features a world map composed of small white dots on a dark red field. A large, thin white circle is centered over the map, with four small white circles at its top, bottom, left, and right intersections. The text is centered within this circle.

Zrozumieć Azję: Indonezja

Seminarium gospodarcze

Jacek Kołomyjec

Cezary Filipek

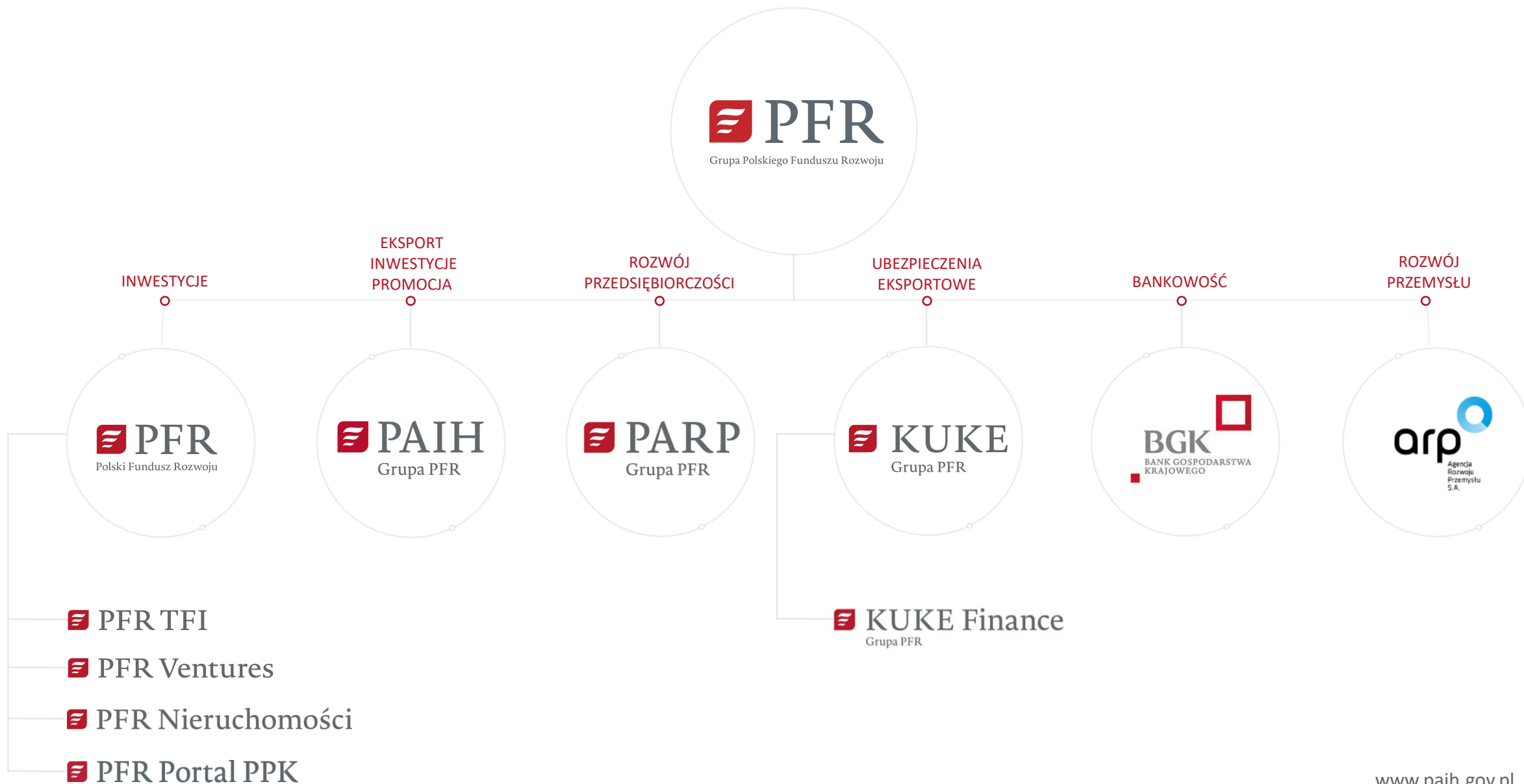
Zagraniczne Biuro Handlowe w Dżakarcie

Polska Agencja Inwestycji i Handlu



- Instytucja otoczenia biznesu, działająca w ramach Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju (PFR).
- Nowoczesna, globalna organizacja, której działania budują rozpoznawalność Polski na świecie, jako atrakcyjnego i wiarygodnego partnera biznesowego.
- Lider doradztwa eksportowego oraz inwestycyjnego, działający na kilkudziesięciu rynkach świata. Łącząc kompetencje branżowe i doświadczenie międzynarodowe, oferuje kompleksową obsługę przedsiębiorców.

Efekt synergii. Komplementarna oferta Grupy PFR



Oferta Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu (PAIH)

Trzy kluczowe filary



EKSPORT

Wsparcie polskiego eksportu ze szczególnym uwzględnieniem małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP).

INWESTYCJE

Zwiększanie rodzimych inwestycji w Polsce i za granicą. Wsparcie inwestycji zagranicznych na terenie naszego kraju.

PARTNERSTWO I PROMOCJA

Współpraca z administracją publiczną oraz instytucjami otoczenia biznesu w realizacji wspólnych projektów.



Gdzie jesteśmy?











Sieć Zagranicznych Biur Handlowych (ZBH)

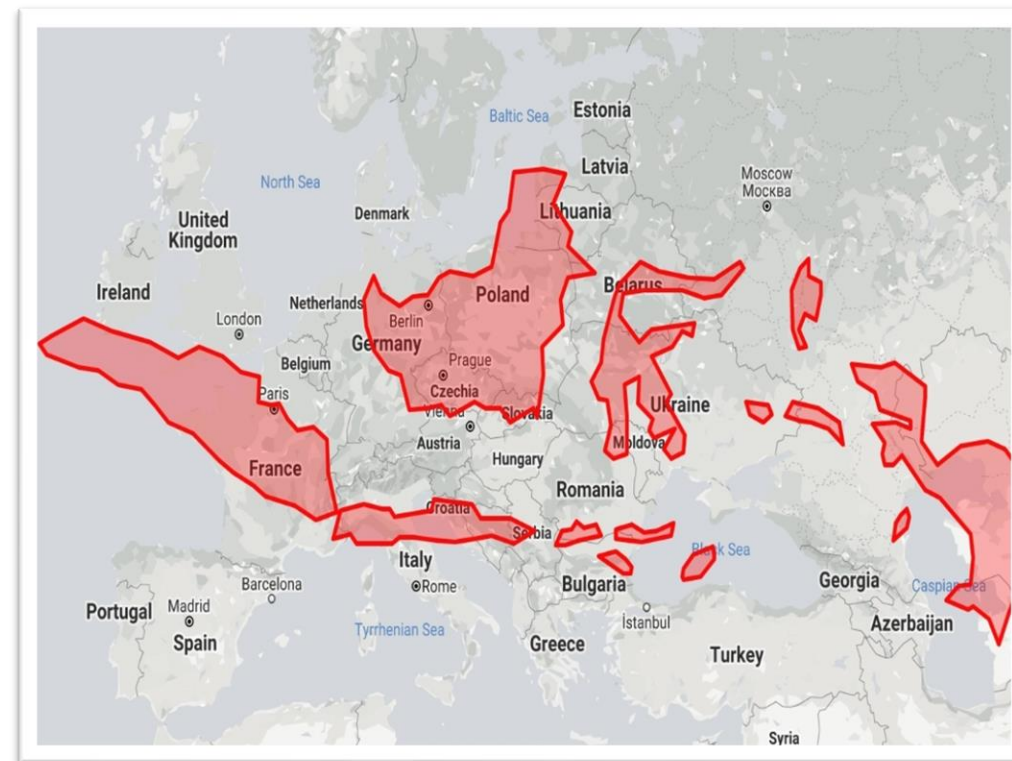


Nasze kompetencje:

- Znajomość lokalnej specyfiki, kultury i uwarunkowań biznesowych.
- Znajomość języków lokalnych.
- Identyfikacja kluczowych branż na poszczególnych rynkach.

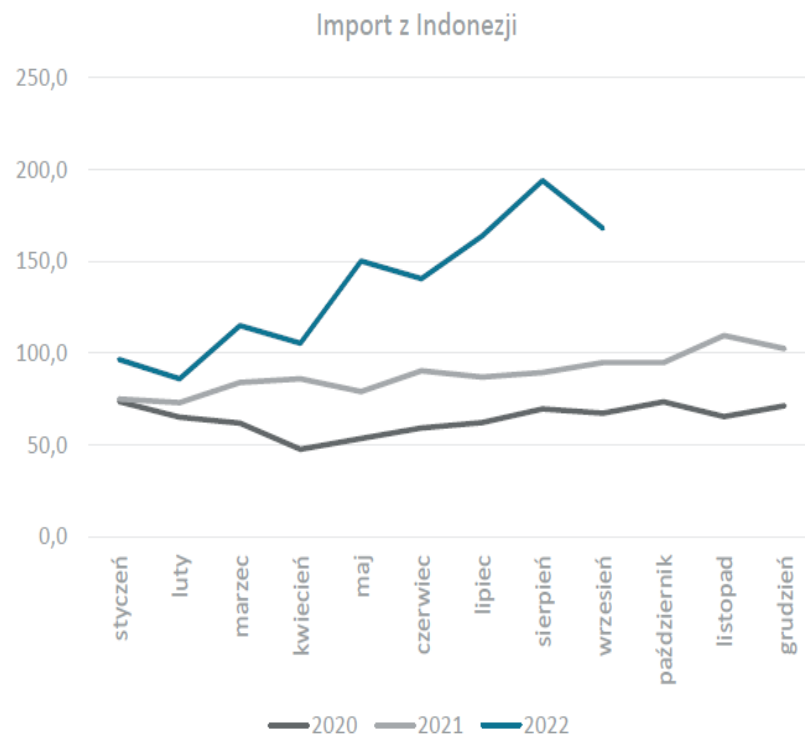
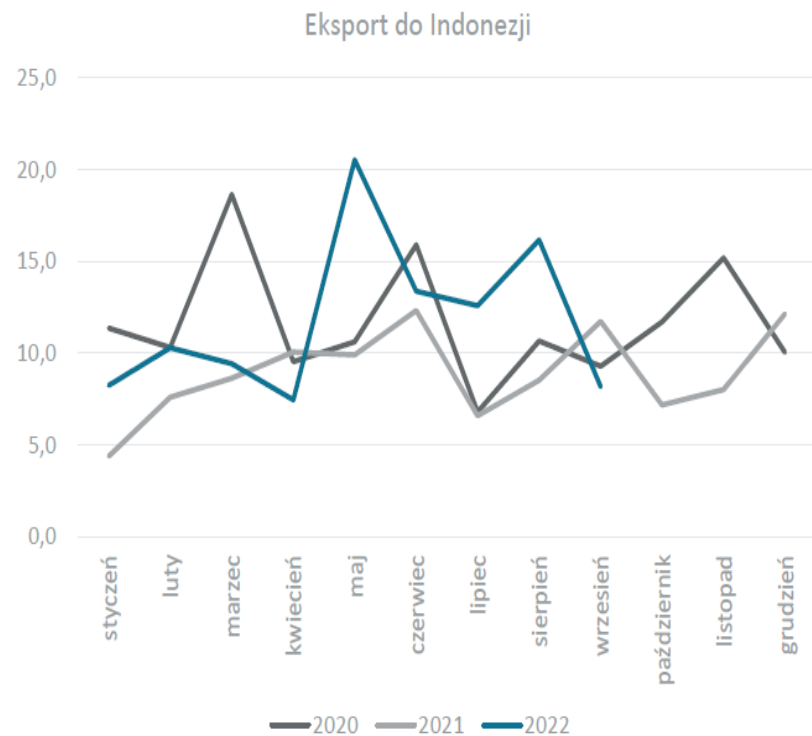
Indonezja – podstawowe informacje o kraju

	Oficjalna nazwa	Republika Indonezji
	Język urzędowy	Indonezyjski (bahasa Indonesia)
	Stolica	Dżakarta
	Powierzchnia	1 904 569 km ² (16-ta na świecie)
	Populacja	ok. 270 milionów (4-ta na świecie) 40% < 40 lat; 100 mln kl. Średnia
	Waluta	Rupia ind. 1 PLN ~3,485 (5.12.2022)
	Stawki podatkowe	CIT 25%, PIT 5% - 30%, VAT 10%
	Strefy czasowe	UTC +7 (WIB) +8 (WITA) +9 (WIT)
	PKB per capita	\$ 3,927.333 (2020) -> \$ 4,349.171 (2021)
	Import towarów z PL	214 mln USD
	Ekspert towarów do PL	790 mln USD



Struktura wymiany handlowej

Obroty towarowe Polski z Indonezją w ujęciu miesięcznym



Dane w mln EUR, źródło: Główny Urząd Statystyczny

Co eksportujemy (TOP 5)

Maszyny i urządzenia, elektronika 

Metale nieszlachetne (żelazo, stal) 

Produkty pochodzenia zwierzęcego 

Przetwory spożywcze 

Co importujemy (TOP 5)

 Maszyny i urządzenia mechaniczne

 Obuwie, nakrycia głowy

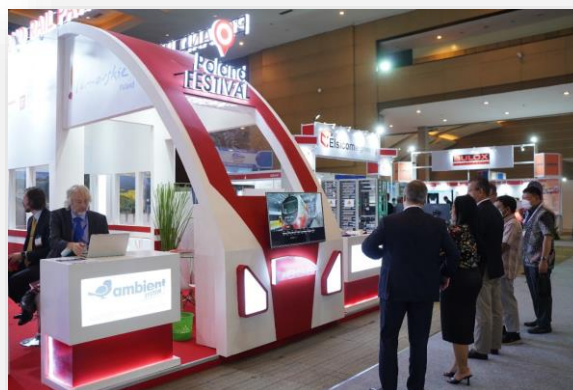
 Materiały i artykuły włókiennicze

 Tworzywa sztuczne, guma

 Pojazdy inne środki transportu

Działalność PAIH w Indonezji

Wsparcie sektorowe i Strategia ZBHDżakarta2025 – na przykładzie wybranych wydarzeń w roku 2022



Poland Festival 2021

Największa, najbardziej kompleksowa i angażująca impreza promująca Polskę i polskie marki w Indonezji

Podsumowanie:

- 14 dni, 8 - 21 listopada 2021 roku
- w 3 miastach Indonezji: Dżakarcie, Surabaya i Sanur-Bali
- współpraca międzyinstytucjonalna
- 16 uczestniczących marek z Polski
- 4 nowe marki wchodzące na rynek
- 6 indonezyjskich firm importowych
- ponad 168 000 odwiedzających
- wzrost sprzedaży od 70% do 400%
- 19 publikacji medialnych w TV, gazetach i radio



Ponownie: największa, najbardziej kompleksowa i angażująca impreza promująca Polskę i polskie marki w Indonezji

Podsumowanie:

- 1 miesiąc – od początku października 2022
- w 4 miastach Indonezji: Dżakarcie, Surabaya, Bandung i Sanur-Bali
- 4 wydarzenia kulturalne
- 30 uczestników misji kolejowej z Polski
- 18 promowanych marek z Polski
- 4 nowe marki wchodzące na rynek
- >250 000 zł wartość sprzedaży PL produktów FMCG
- >220 000 odwiedzających
- wzrost sprzedaży od 100% do 592%
- 85 publikacji medialnych w TV, gazetach i radio





Plany na rok 2023

FMCG

Showroom Organic Food&Cosmetics – marzec 2023
Targi Food&Hotel Indonesia – lipiec 2023
Poland Festival 2023 – październik/listopad 2023
Targi SIAL Interfood – listopad 2023

Transportowa

Wsparcie branży kolejowej
Indonesia Marine & Offshore Expo (IMOX) 2023 – sierpień 2023
Porozumienie G2G (MoU)

Medyczna

MedTech ASEAN (Bangkok/Singapore)
MoU z Asocjacją Importerów Sprzętu Medycznego GAKESLAB

IT

Perspektywiczne sektory:
Cybersecurity
SmartCity

Pozostałe

Forum inwestycyjne – listopad 2023
Misja przyjazdowa do PL – kwiecień 2023
Targi Innalight/SmartCity/GreenEnergy – marzec 2023 (project GreenEvo)



PAIH

Grupa PFR

Geostrategiczna pozycja i rola Indonezji na świecie



G20



Geostrategiczna pozycja i rola Indonezji na świecie



 Potencjał rynku indonezyjskiego
Industrializacja Indonezji

Główne projekty infrastrukturalne w Indonezji		
<p>57 Nowe lotniska</p>	<p>1,000 km nowych kolei regionalnych</p>	<p>3,258 KM kolei miejskich</p>
<p>24 Nowe porty morskie</p>	<p>35,000 Megawatów energii</p>	<p>33 Nowe zapory rzeczne</p>



Potencjał rynku indonezyjskiego

Sprzedaż detaliczna FMCG



173

Galerie
Handlowe
w Dżakarcie



5

Nowych Galerii
do 2021

Potencjał rynku indonezyjskiego

Sprzedaż detaliczna

 INDONESIA	 MALAYSIA	 PHILIPPINES	 THAILAND	 VIETNAM	 SINGAPORE
1 	1 	1 	1 	1 	1 
2 	2 	2 	2 	2 	2 
3 	3 	3 	3 	3 	3 
4 	4 	4 	4 	4 	4 
5 	5 	5 	5 	5 	5 
6 	6 	6 	6 	6 	6 
7 	7 	7 	7 	7 	7 
8 	8 	8 	8 	8 	8 
9 	9 	9 	9 	9 	9 
10 	10 	10 	10 	10 	10 

<https://jakartaglobe.id/context/shopee-leads-as-southeast-asias-mostvisited-ecommerce-platform>

Specyficzne cechy rynku Szanse i bariery

Szanse



Klasa średnia >100 mln os; „super rich” >10mln”os



Dynamiczny wzrost PKB, stabilne finanse



Rosnąca pozycja regionalna i geopolityczna



Reformy, Omnibus Law 2021, CEPA 2023

Wyzwania



Dedykowana strategia ekspansji



Silna konkurencja globalna



Time to market, NTM's : BPOM, SNI, HALAL



Kultura biznesowa, współpraca z partnerem

Specyficzne cechy rynku

Kultura biznesowa



- Czas i planowanie
- Kultura uśmiechu i jawajska maska
- Sposób komunikacji, werbalne, komunikatory
- Etykieta, strój, zachowanie, agresja, gesty
- Wielokulturowość: Bhinneka Tunggal Ika





PAIH

Grupa PFR

Skontaktuj się z nami:

Polska Agencja Inwestycji i Handlu

Serwis PAIH24: +48 22 334 99 55
Kontakt PAIH24: paih24@paih.gov.pl

www.paih.gov.pl

PAIH Business Brief



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

