

Urząd Marszałkowski Travel. Misje gospodarcze jak turystyka wycieczkowa

Nie trzeba mieć wieloletniej historii i sukcesów w biznesie. Wystarczy zrobić odpowiednie wpisy w ewidencji gospodarczej, by w ciągu pół roku odwiedzić Madryt, Chiny, Dubaj i Szanghaj. Na marszałkowskie misje jeżdżą często te same firmy albo przedsiębiorcy bez żadnego doświadczenia w branży.

*– To są misje dla lubelskich przedsiębiorców, którzy za pieniądze z „Marketingu gospodarczego”, pieniądze pochodzące z Funduszy Europejskich dla Lubelskiego, będą mogli wyjeżdżać na różnego rodzaju sympozja, targi gospodarcze na całym świecie: trzy kontynenty, kilkanaście krajów – tak pod koniec stycznia marszałek województwa lubelskiego **Jarosław Stawiarski** (PiS) zachwalał organizowane przez urząd misje gospodarcze, zapowiadając 14 kolejnych takich wypraw.*

W konferencji prasowej towarzyszyła mu **Elwira Lorenz**, p.o. dyrektor Departamentu Gospodarki w Urzędzie Marszałkowskim (oboje na zdjęciu poniżej), który odpowiada za wysyłanie w świat naszych przedsiębiorców po nowe kontrakty i rynki zbytu. *– Zastanawialiśmy się, jak w ramach projektu ułatwić przedsiębiorcom ich ekspansję na rynki zagraniczne. Jak pokazać ich ofertę i jak promować na rynkach zagranicznych – mówiła dyrektorka.*

„Darmowe wycieczki dla znajomych”

W wypowiedziach i informacjach o misjach przygotowanych przez marszałkowskich urzędników często przewijają się słowa-klucze: „internacjonalizacja”, „wzmocnienie potencjału eksportowego” czy „ekspansja na zagraniczne rynki”. Ładnie to wygląda w materiałach propagandowych, czy relacjach z konferencji prasowych, ale rzeczywistość nieco, a czasami nawet bardzo, rozjeżdża się z deklaracjami marszałka i jego podwładnych.

– Celem takich misji jest nawiązywanie kontaktów biznesowych, które w przyszłości mogą zaowocować podpisaniem kontraktów. Ale na liście uczestników nie ma żadnych kluczowych eksporterów ani osób pretendujących do tego miana, czy firm z potencjałem – opisuje nam osoba dobrze znająca realia naborów na misje gospodarcze. – To darmowe wyjazdy za publiczne pieniądze dla znajomych – tak komentuje obecność niektórych firm w niedawnej misji do Chin.

Bo trzeba przyznać, że marszałek wysyła przedsiębiorców nie byle gdzie. Może zaoferować im atrakcyjne kierunki, bo do dyspozycji ma wielomilionowy budżet z „Marketingu gospodarczego województwa III”. To 10 mln euro, czyli około 43 mln zł. W poprzednich edycjach tego budżetu marszałek chętnie czerpał, by opłacać np. „*promocję walorów gospodarczych województwa poprzez sport*”. Pieniądze trafiały zarówno do IV-ligowych zespołów piłki nożnej, na gale boksu, czy eurorozgrywki w koszykówkę. W najnowszej wersji już nie ma takiej możliwości.

Wracając do misji: w zeszłym roku na liście był m.in. **Madryt, Chiny**, wcześniej **Abu Zabi i Dubaj** (Zjednoczone Emiraty Arabskie). Imponująca jest tegoroczna (publikujemy ją na końcu tekstu). To m.in. **Tokio, Cannes**, czy **Toronto** w Kanadzie. Marszałek zazwyczaj pokrywa koszty przelotów, zakwaterowania, ubezpieczenia i biletów wstępu na imprezy wystawiennicze, czasami też koszty stoiska.

Tanio nie jest. Jak już pisaliśmy, gospodarcza wyprawa do Chin z marszałkiem Stawiarskim na czele kosztowała podatników **prawie 95 tys. zł**. Na same **lotnicze podróże wydaliśmy 73 tys. zł**, zakwaterowanie to kolejne 10 tys. zł, a inne wydatki 11,5 tys. zł. A mówimy o **zaledwie sześćoosobowej delegacji**, w której oprócz marszałka znalazły się dwie jego podwładne i raptem trzech przedsiębiorców (choć urząd oferował 12 miejsc), z których tylko jeden tak naprawdę związany był z branżą rolną, a taki był cel wyprawy do Państwa Środka.

Sposób na wpis do ewidencji

Informacja o tym, że urzędnikom nie udało się znaleźć 12. chętnych firm na misję do Chin, jest co najmniej zaskakująca. Według danych Urzędu Statystycznego na koniec czerwca 2023 roku w naszym województwie było zarejestrowanych prawie 210 tys. podmiotów gospodarczych, z czego aż 157,7 tys. to osoby fizyczne prowadzące działalność, a 28,2 tys. to spółki (w tym 18 tys. spółki handlowe). Rejestr REGON zawiera także 750 spółdzielni.

Mimo takiego bogactwa mikro, małych i średnich przedsiębiorstw (do nich skierowana jest misyjna oferta) **Urząd Marszałkowski kwalifikuje, a potem wysyła w świat te same** (pełną listę publikujemy w pdf na końcu tekstu).

Jedną ze stałych uczestniczek marszałkowskich misji jest firma **Gold Crown**. To jednoosobowa działalność gospodarcza prowadzona przez **Anitę Kowalczuk-Sobieszczańską**. W zeszłym roku zakwalifikowała się na wyjazd do **Madrytu** (BNI Global Convention 2023, 7-10 listopada); zaraz potem była na opisywanej przez nas misji na targach rolnych w **Chinach** (The 2nd Belt and Road Agricultural Cooperation Expo, 19-24 listopada). W tym roku sukcesem zakończył się dla niej nabór na kolejne

targi z branży rolnej Gulfood 2024 w **Dubaju** (ZEA, 18-23 lutego). Pojawiła się także na liście wyjazdowej na prestiżowe targi CES w **Las Vegas** w Stanach Zjednoczonych. To coroczne, największe na świecie targi elektroniki oraz nowych technologii. W amerykańskiej stolicy hazardu prezentowane są nowe produkty, prototypy oraz nowości technologiczne. Ale z uwagi na to, że nie udało się w porę zarezerwować biletów lotniczych, Urząd Marszałkowski odwołał misję. 16 wybranych przedsiębiorców musiało obejść się smakiem.

Ale ciekawe jest samo to, że Kowalczuk-Sobieszczańska w ogóle zakwalifikowała się na misję do USA. Zgodnie z wpisem w Centralnej Ewidencji Działalności Gospodarczej podstawowa działalność Gold Crown to „*pozostałe pozaszkolne formy edukacji, gdzie indziej niesklasyfikowane*”. Na swojej stronie internetowej chwali się głównie organizacją eventów: imprez okolicznościowych, szkoleń, kursów, wyjazdów integracyjnych. Próżno tu szukać informacji o jakiegokolwiek aktywności w branży IT czy związanej z nowoczesnymi technologiami.

Nasz informator zwraca uwagę na zabieg, który pozwolił Anicie Kowalczuk-Sobieszczańskiej (zresztą nie tylko jej) startować w naborze. Wymagania stawiane przedsiębiorcom (to reguła stosowana też przy innych misjach) to prowadzenie biznesu na terenie województwa lubelskiego przynajmniej od pół roku i **branża zbieżna z tematyką misji**. To drugie można łatwo załatwić poprzez odpowiedni wpis PKD (Polska Klasyfikacja Działalności).

Właścicielka Gold Crown zadbała o właściwy pod koniec roku. **5 grudnia** w ewidencji Gold Crown pojawiają się dwa nowe PKD: „*Działalność związana z oprogramowaniem*” oraz „*Działalność związana z zarządzaniem urządzeniami informatycznymi*”. Zgłoszenia na wyjazd do USA przyjmowane są do **14 grudnia**. Podobny zabieg sprawdził się też w przypadku misji do Dubaju na Gulfood 2024, największych na Bliskim Wschodzie targach branży spożywczej. Od **23 stycznia** Gold Crown ma nowy PKD „*Pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach*”. Zgłoszenia na tę misję były przyjmowane do **25 stycznia**.

Nasz informator podkreśla, że „sposób na PKD” to niemal powszechna praktyka, a odpowiednie podpowiedzi mają płynąć z samego Urzędu Marszałkowskiego. **Chodzi o to, by zapełnić listę firm na wyjazd**. Bo z tym urząd wciąż ma kłopot – w niektórych naborach trzeba ogłaszać dodatkową rekrutację.

I wołowina, i aplikacja

Nasze rozmowa telefoniczna z Anitą Kowalczuk-Sobieszczańską o jej udziale w misjach odbywała się w dwóch turach, bo przemieszczała się właśnie między lotniskami w drodze na kolejną misję – tym razem w **Szanghaju** (Food Ingredients China 2024, 20-22 marca). Jest to już jej czwarta od listopada misja zagraniczna. Gdyby udał się wyjazd do Las Vegas, byłoby o jedną więcej.

Zapytaliśmy ją, dlaczego przed tymi dwoma naborami zmieniła wpisy w ewidencji gospodarczej. – *Nie robię tego celowo – zapewnia. – Mam sześć różnych branż, a o tym, czy jako firma spełniam kryteria wyjazdu na misję, decyduje Urząd Marszałkowski.*

Na zdjęciu: Anita Kowalczuk-Sobieszczańska relacjonuje wyjazd do Chin w serwisie Instagram

Z jej profilu w serwisie **Linkedin** wynika, że stawia na branżę medyczną, chemiczną, finansową i beauty. „*Kontakty zamieniam na kontrakty*” – reklamuje się.

Jakie są jej **związki z branżą spożywczą czy rolną**? – *Od dwóch miesięcy ofertuję wołowinę oraz mleko w proszku dla Chińczyków. Jestem w trakcie zakładania spółki import-eksport* – odpowiada, zaznaczając, że w Chełmie prowadzi też sklep spożywczy, a ekologiczna żywność jest właśnie tą branżą, którą chce rozwijać. Gdy pytamy o jej **doświadczenie w zakresie IT**, ogólnikowo stwierdza, że opracowuje specjalną aplikację.

Dodaje, że z uwagi na to, że jest lubelską dyrektorką BNI (Business Network International) ma częste kontakty z lokalnymi przedsiębiorcami, z którymi dzieli się wiedzą i kontaktami zdobytymi podczas misji, a na samych misjach – dzięki świetnej znajomości angielskiego – pomaga innym uczestnikom w odnalezieniu się w świecie wielkiego biznesu.

– *Dzięki mnie wielu z nich dowiedziało się, że istnieje marketing gospodarczy województwa lubelskiego i można starać się o środki z tego budżetu* – tłumaczy.

Na Instagramie właścicielka Gold Crown chętnie chwali się zdjęciami z zagranicznych misji, a to z wanny w luksusowym hotelu, a to z zabytkami czy drapaczami chmur w tle. Ale stanowczo zaprzecza, że jej podróże mają charakter turystyczny. – *Podczas wyjazdów od rana do popołudnia mam liczne spotkania biznesowe, nawiązuję kontakty. A to, co robię potem, w wolnym czasie, to moja prywatna sprawa* – ucina. I odsyła na swoje profile w serwisach **Linkedin** i **Facebook**, gdzie publikuje zdjęcia z oficjalnych spotkań.

Targi: spożywcze. Firmy: podnośniki i doradztwo

Firma Gold Crown nie jest zresztą jedyną firmą, której podstawowa działalność nie współgra z tematyką misji. Na Gulfood w Dubaju był też m.in. prowadzący

jednoosobową działalność gospodarczą **Dawid Kostrubiec** (firma **No LIMIT**).

Na swojej stronie internetowej oferuje przede wszystkim usługi wysokościowe (wycinka i pielęgnacja drzew, usługi oświetleniowe, czyszczenie rynien itp.) oraz transport i pomoc drogową. W ewidencji gospodarczej **24 stycznia** (na dzień przed końcem naboru do Dubaju) przy firmie No Limit pojawił się nowy PKD („Działalność agentów zajmujących się sprzedażą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych”).

Gdy pytamy Kostrubca o jego związki z branżą spożywczą i dodanie PKD, odpowiada:

– *Nie wiem, co w tym dziwnego. Pewnie tak zrobiłem. Rozszerzamy działalność naszej firmy w wielu obszarach biznesowych i jednym z nich jest branża FMCG.*

Wskazuje, że jest współzałożycielem i członkiem polsko-kenijskiej izby handlowej (TIMU Polish Kenyan Chamber of Commerce – jest w trakcie rejestracji).

– *Poszerzyliśmy naszą ofertę handlową o usługę sprzedaży maszyn laserowych – tłumaczy właściciel No Limit. I dodaje, że „w związku z tym pojawiły się zapytania z branży FMCG”.*

Na misje do Chin i Zjednoczonych Emiratów Arabskich zakwalifikował się

również **Bogdan Chodyka**, który prowadzi firmę **Euroinvent**. Branża?

– *„Kompleksowe usługi doradcze i szkoleniowe w zakresie rozwoju przedsiębiorstw, jednostek samorządu terytorialnego oraz organizacji pozarządowych”* – czytamy na stronie firmy. Gdy zapytaliśmy go o związki z branżą spożywczą, poprosił o telefon następnego dnia o godz. 10. Gdy dzwonił – już nie odebrał. Nie odpowiedział też na wiadomość SMS z prośbą o kontakt.

Misja: wycieczka turystyczna

Na kontrowersje związane z misjami zwracała niedawno uwagę radna Bożena Lisowska z Koalicji Obywatelskiej, która w sejmiku województwa jest przewodniczącą komisji rewizyjnej. – *Nie są adekwatne do potrzeb naszych przedsiębiorstw. To bardziej wycieczki turystyczne, które nie przekładają się na rozwój naszych firm i zwiększanie zatrudnienia* – uważa radna KO.

– *Zarząd Województwa nie robi ewaluacji, w jaki sposób te misje przełożyły się na biznesowe konkrety: ile powstało nowych miejsc pracy, o ile zwiększyły się obroty czy eksport, ile podpisano umów handlowych. Lubelskie to przede wszystkim mali i średni przedsiębiorcy. Część z nich rzeczywiście chciałaby eksportować, ale do bliskich krajów, jak Słowacja, czy Ukraina. Tymczasem wymyśla się misje do Chin, Dubaju, czy Stanów Zjednoczonych, a to są targi dla dużych, poważnych firm, a nie dla mikroprzedsiębiorstw.*

Jej słowa potwierdza jedna z uczestniczek misji, która – mimo początkowych oporów, rozwianych później przez urzędników marszałka – dała się namówić na wyjazd.

– *Każdego dnia gdy otwierałam oczy w hotelu, nie wierzyłam, w jakiej szopce uczestniczę. Dlaczego nie ma tu dużych, naprawdę znanych firm z mojej branży? To były targi dla naprawdę potężnych producentów* – opisuje. I potwierdza, że urzędnicy marszałka sami podpowiadają, jaki wpisać PKD, by wszystko się we wniosku zgadzało.

Radna Lisowska zwraca też uwagę, że misje są słabo promowane i źle dopasowane do potrzeb rynku. – *To jest niesprawiedliwe społecznie. Wiele firm po prostu nie wie o takiej możliwości. A inni nie chcą brać w tym udziału, bo widzą, że będzie to tylko strata czasu.*

Zapytaliśmy Urząd Marszałkowski, w jaki sposób Departament Gospodarki (prowadzi nabory) weryfikuje, czy dana firma rzeczywiście, a nie fikcyjnie (wyłącznie poprzez wpisanie odpowiedniego PKD do CEIDG) działa w branży, z którą związana jest dana misja gospodarcza?

– *Wnioskodawca zobowiązany jest wskazać kod PKD, w związku z którym ubiega się o pomoc de minimis (zbieżny z tematyką wydarzenia). Ponadto przedsiębiorca wypełniając wniosek przedstawia plan marketingowy związany z rozwojem swojej działalności eksportowej oraz wprowadzeniem produktów/usług/technologii na rynek zagraniczny* – odpisał nam **Remigiusz Małecki**, rzecznik prasowy marszałka. Dalszy ciąg odpowiedzi to same ogólniki. To przedsiębiorcy „uzasadniają wybór rynku docelowego z uwzględnieniem potencjalnych użytkowników, klientów oraz inwestorów”, czy „potencjał wnioskodawcy do szybkiego wzrostu”.

Rzecznik zaznacza również, że przedsiębiorca składając wniosek jest zobowiązany zadeklarować, że nawiąże współpracę z partnerem zagranicznym oraz rozpocznie sprzedaż swoich produktów/usług/technologii na nowym rynku zagranicznym (na którym do tej pory nie prowadził sprzedaży). – *Następnie w terminie 9 miesięcy od zakończenia wyjazdu firma złoży pisemne oświadczenie dotyczące efektów udziału w wydarzeniu* – dodaje Małecki.

A gdy pytamy o to, dlaczego w naborach powtarzają się nazwy firm i czy Departament Gospodarki kieruje zaproszenia do określonego kręgu firm, Małecki stwierdza, że nabory są otwarte, a wszystkie informacje i wnioski dostępne na stronie urzędu.

Na zdjęciu głównym: Misja gospodarcza na targi rolne w Chinach w listopadzie zeszłego roku. Marszałek Jarosław Stawiarski (PiS) i jedna z najczęściej wyjeżdżających na misje uczestniczek: Anita Kowalczyk-Sobieszczańska z firmy Gold Crown **Fot.**

LinkedIn

Gdzie marszałek wysłał na misje

Targi i misje gospodarcze w I połowie 2024 r.:

FruitLogistica (branża spożywcza), **Berlin/Niemcy**, 7-9 lutego

Biofach (branża spożywcza), **Norymberga/Niemcy**, 13-16 lutego

Gulfood (branża spożywcza), **Dubaj/ZEА**, 19-23 lutego

World Sustainable Energy Days (zielone technologie), **Wels/Austria**, 6-8 marca

MIPIM (rynek nieruchomości), **Cannes/Francja**, 12-15 marca

China International Food Additives and Ingredients Exhibition (branża spożywcza), **Szanghaj/Chiny**, 20-22 marca

Hannover MESSE (branża inżynierii mechanicznej, elektrycznej i cyfrowe oraz sektora energetycznego), **Hanower/Niemcy**, 22-26 kwietnia

Międzynarodowe Targi Ochrony Pracy, Pożarnictwa i Ratownictwa SAWO (branża BHP), **Poznań/Polska**, 23-25 kwietnia

Nordbygg (branża budowlana), **Sztokholm/Szwecja**, 23-26 kwietnia

Japan IT Week (branża IT), **Tokio/Japonia**, 24-26 kwietnia

Warsaw Food Expo (branża spożywcza), **Warszawa/Polska**, 21-23 maja

PLMA (marki własne), **Amsterdam/Holandia**, 28-29 maja

ILA Berlin Air Show (branża lotniczo-kosmiczna), **Berlin/Niemcy**, 5-9 czerwca

Collision Toronto (branża IT/ICT), **Toronto/Kanada**, 17-20 czerwca