

# RAPORT

Home&Market – czerwiec 2026



**FRANCJA  
w POLSCE**



# Francuskie inwestycje w Polsce

Kapitał, który wspiera rozwój gospodarki

Francuskie firmy od ponad trzech dekad są ważną częścią polskiego krajobrazu gospodarczego. Ich obecność w Polsce nie ogranicza się jedynie do transferu kapitału, ale obejmuje również tworzenie miejsc pracy, rozwój lokalnych łańcuchów dostaw, wzmacnianie innowacyjności oraz budowanie trwałych relacji gospodarczych między Polską a Francją. Francuscy inwestorzy traktują Polskę jako jeden z kluczowych rynków w Europie Środkowo-Wschodniej, a ich wkład w rozwój krajowej gospodarki ma charakter długofalowy i strategiczny.



## **F**rancja w czołówce inwestorów zagranicznych

Skumulowana wartość bezpośrednich inwestycji zagranicznych firm z kapitałem francuskim w Polsce osiągnęła na koniec 2024 r. rekordowy poziom około 114 mld zł. Oznacza to wzrost o około jedną trzecią w ciągu pięciu lat. Francja znalazła się tym samym w ścisłej czołówce największych inwestorów zagranicznych w Polsce – jej udział przekroczył 8 proc., co dało jej trzecią pozycję, zaraz za Niemcami i Stanami Zjednoczonymi, a przed Holandią, Wielką Brytanią i Hiszpanią.

Polska jest dla francuskiego biznesu najważniejszym partnerem gospodarczym w regionie Europy Środkowo-Wschodniej. To właśnie w naszym kraju francuskie przedsiębiorstwa ulokowały blisko połowę

swoich inwestycji realizowanych w tej części Unii Europejskiej. Świadczy to nie tylko o atrakcyjności polskiego rynku, ale również o zaufaniu inwestorów do stabilności gospodarczej, potencjału pracowników oraz możliwości rozwoju działalności w Polsce.

Francuski kapitał jest obecny w wielu sektorach polskiej gospodarki. Największą część inwestycji koncentruje się w przetwórstwie przemysłowym, które odpowiada za 27 proc. zaangażowania firm z nad Sekwany. Kolejne ważne obszary to informacja i komunikacja, transport i logistyka, handel, usługi profesjonalne, finanse i bankowość, obsługa rynku nieruchomości oraz budownictwo. Szczególnie istotna jest silna pozycja inwestorów francuskich w sektorach wiodących i technologicznie

zaawansowanych, takich jak telekomunikacja, IT, produkcja farmaceutyczna i chemiczna czy elektronika.

**NA KONIEC 2024 R.  
SKUMULOWANA  
WARTOŚĆ  
BEZPOŚREDNICH  
INWESTYCJI FIRM  
Z KAPITAŁEM  
FRANCUSKIM  
W POLSCE OSIĄGNĘŁA  
REKORDOWY POZIOM  
OKOŁO 114 MLD ZŁ.**

## Miejsca pracy i współpraca z lokalnymi firmami

Obecność firm francuskich ma bardzo konkretny wpływ na polski rynek pracy. W Polsce działa około 1200 przedsiębiorstw z udziałem kapitału francuskiego, które odpowiadają za około 4 proc. całkowitego zatrudnienia i przychodów firm zatrudniających co najmniej 10 pracowników. Łącznie stworzyły one 227 tys. bezpośrednich miejsc pracy, a co najmniej drugie tyle powstało pośrednio – u dostawców, partnerów i podwykonawców współpracujących z francuskimi przedsiębiorstwami.

Warto podkreślić, że firmy francuskie, mimo iż nie są najliczniejszą grupą przedsiębiorstw zagranicznych w Polsce, wyróżniają się skalą działalności. Przeciętne zatrudnienie w spółkach zależnych od kapitału francuskiego wynosi blisko 500 osób, podczas gdy średnia dla ogółu firm zagranicznych w Polsce to niespełna 300 pracowników. Francuskie przedsiębiorstwa osiągają również wysokie przeciętne przychody oraz wyróżniają się wysoką relacją nakładów inwestycyjnych do przychodów. Oznacza to, że nie tylko prowadzą w Polsce działalność operacyjną, ale konsekwentnie reinwestują i rozwijają swój potencjał. Blisko połowa zysków corocznie jest reinwestowanych w nasz kraj.

Szczególnie ważnym elementem ich działalności jest współpraca z lokalnymi firmami. Blisko dwie trzecie przedsiębiorstw francuskich stale współpracuje w Polsce z ponad 100 lokalnymi podmio-

tami, a co piąta spółka deklaruje współpracę z ponad tysiącem polskich partnerów. Dzięki temu inwestycje francuskie wzmacniają szerokie otoczenie gospodarcze: małe i średnie przedsiębiorstwa, dostawców usług, firmy produkcyjne, logistyczne, technologiczne i doradcze.

## Innowacje i modernizacja gospodarki

Francuskie firmy odgrywają również istotną rolę w procesie modernizacji polskiej gospodarki. Z badania przeprowadzonego przez CCIFP i Instytut Debaty Eksperckiej i Analiz QUANT TANK wynika, że w 2023 r. 48 proc. firm zwiększyło nakłady inwestycyjne. Przedsiębiorstwa najczęściej inwestowały w cyfryzację, ochronę środowiska, automatyzację produkcji, rozbudowę zakładów produkcyjnych oraz działalność badawczo-rozwojową. Szczególnie istotny jest fakt, że aż 41 proc. firm francuskich prowadzi w Polsce działania w obszarze R&D, a co piąta przeznacza na ten cel ponad 2 proc. swoich rocznych przychodów.

To zaangażowanie przekłada się na realny transfer wiedzy i technologii. Cztery na pięć badanych firm wdrożyło w ostatnich trzech latach nowy produkt lub usługę, a 43 proc. innowacyjnych rozwiązań opracowanych lub wdrożonych w Polsce zostało następnie powielonych w innych oddziałach grupy na świecie. Polska staje się więc nie tylko miejscem inwestycji, ale również ważnym centrum kompetencji, testowania i rozwijania rozwiązań, które mogą być wykorzystywane globalnie.

Skala inwestycji, liczba tworzonych miejsc pracy, współpraca z lokalnymi przedsiębiorstwami oraz rosnąca rola innowacji pokazują, że francuscy inwestorzy są ważnym partnerem w rozwoju polskiej gospodarki. Ich obecność wspiera modernizację przemysłu, cyfryzację, zieloną transformację, rozwój usług zaawansowanych oraz wzrost konkurencyjności polskich firm.

Francuskie inwestycje w Polsce to zatem nie tylko imponujące liczby. To przede wszystkim realny wkład w rozwój przedsiębiorstw, regionów, rynku pracy i innowacyjności. W ostatnich latach firmy z kapitałem francuskim potwierdziły, że są stabilnymi, długoterminowymi partnerami polskiej gospodarki — partnerami, którzy nie tylko inwestują, ale także współtworzą jej przyszłość.

tekst: Francusko-Polska Izba Gospodarcza

**FRANCUSKIE  
INWESTYCJE  
W POLSCE TO NIE  
TYLKO IMPONUJĄCE  
LICZBY. TO PRZED  
WSZYSTKIM REALNY  
WKŁAD W ROZWÓJ  
PRZEDSIĘBIORSTW,  
REGIONÓW,  
RYNKU PRACY  
I INNOWACYJNOŚCI.**

# POLISH POINT OF VIEW IN ENGLISH!

TV channel



Paper edition



[contact@polandtoday.pl](mailto:contact@polandtoday.pl)



# Czas na wspólne projekty

Polsko-francuskie relacje gospodarcze wchodzą w nowy etap. Przez trzy dekady ich fundamentem były inwestycje, handel, obecność francuskich firm w Polsce i rosnąca aktywność polskich przedsiębiorstw nad Sekwaną. Nową dynamikę nadaje im podpisany w ubiegłym roku przez Prezydenta Francji Emmanuela Macrona i Premiera RP Donalda Tuska Traktat z Nancy, wzmacniający ramy współpracy obronnej i gospodarczej. Dziś kluczowe pytanie dotyczy tego, w jakich obszarach oba kraje mogą wspólnie odpowiadać na wyzwania Europy.

**E**nergia dla przemysłu: atom, OZE i stabilność transformacji

Jednym z najbardziej perspektywicznych sektorów jest energetyka. Polska potrzebuje stabilnych, niskoemisyjnych źródeł energii, a Francja ma jedno z największych w Europie doświadczeń w energetyce jądrowej. Już dziś blisko 60 polskich firm współpracuje z EDF przy projektach atomowych, zdobywając kompetencje przydatne przy budowie krajowego zaplecza przemysłowego. Potencjał wykracza jednak poza atom. Wspólne projekty mogą rozwijać się także w OZE, biogazie, technologiach wodorowych, magazynowaniu energii i modernizacji przemysłu energochłonnego.

**Bezpieczeństwo jako nowy motor współpracy gospodarczej**

Rosnące znaczenie bezpieczeństwa sprawia, że przemysł obronny i technologie podwójnego zastosowania stają się jed-

nym z głównych pól współpracy. Polska, modernizująca armię, może być dla Francji ważnym partnerem produkcyjnym, logistycznym i technologicznym. Francja wnosi doświadczenie dużych koncernów, zaawansowane technologie i silną pozycję globalną – jest dziś drugim największym eksporterem uzbrojenia na świecie.

Ten potencjał ma już konkretne podstawy. Airbus od 25 lat rozwija partnerstwo z Polską, zatrudniając w naszym kraju ponad 950 osób. W kraju działają m.in. centrum przemysłowe, centrum inżynieryjne Airbus Helicopters w Łodzi, laboratorium testowe w Strykowie oraz Skywise w Gdańsku dostarczający zaawansowane rozwiązania cyfrowe dla operacji lotniczych linii komercyjnych.

Współpraca nabiera też bardziej projektowego charakteru. PGZ i MESKO podpisały z EURENCO porozumienia dotyczące produkcji ładunków modułarnych i dostaw surowców do amunicji

155 mm. Natomiast 20 kwietnia tego roku Airbus Defence and Space, Thales Alenia Space oraz gdyński RADMOR podpisały umowę przy opracowaniu geostacjonarnego satelity telekomunikacyjnego dla polskiego Ministerstwa Obrony Narodowej. Perspektywą są więc nie tylko zakupy sprzętu, ale także produkcja, transfer kompetencji i udział w europejskich programach obronnych.

**Dane, AI i technologie: Polska jako zaplecze cyfrowe Europy**

Kolejnym kierunkiem jest cyfryzacja. Francja inwestuje w sztuczną inteligencję, cyberbezpieczeństwo, biotechnologię i robotykę, a Polska ma silne zaplecze specjalistów IT i inżynierów. Coraz ważniejsza staje się infrastruktura danych. Polska jest jednym z kluczowych rynków centrów danych w Europie Środkowo-Wschodniej, co potwierdza przykład Data4. Firma uruchomiła drugi obiekt w Jawczycach pod Warszawą, zwiększając lokalną moc obliczeniową o 10 MW. Do-



tańd zainwestowała nad Wisłą ok. 200 mln euro, a do końca dekady planuje zwiększyć tę kwotę do ok. 600 mln euro.

Warto podkreślić, że Polska nie musi być tutaj jedynie lokalizacją infrastruktury. Może być współtwórcą innowacji: badania CCIFP pokazują, że blisko połowa francuskich firm działających w Polsce prowadzi tutaj aktywność R&D, a rozwiązania polskich zespołów są wdrażane także w innych krajach.

### **Jak odbudować siłę przemysłową Europy?**

Duże możliwości otwiera reindustrializacja Europy, o której coraz wyraźniej mówi się w europejskiej debacie publicznej. Polska i Francja widzą potrzebę wzmacniania produkcji w sektorach strategicznych: farmacji, chemii, mikroelektronice, bateriach, przemyśle spożywczym i kosmetycznym. Realizacja wspólnych projektów zależy jednak od przewidywalnych przepisów, spójnych zasad kon-

kurencji – także wobec podmiotów spoza UE – oraz dialogu z przedsiębiorcami. Transformacja energetyczna i regulacje klimatyczne mogą wzmacniać innowacyjność, jeśli uwzględniają realia produkcji i konkurencyjność firm działających w Europie.

### **Infrastruktura, która może łączyć nie tylko kraje**

Infrastruktura to kolejny naturalny obszar współpracy. Dotyczy to Polski, gdzie planowane są ambitne inwestycje, takie jak CPK, kolej dużych prędkości, czy nowoczesna infrastruktura miejska. Perspektywa jest jednak szersza: francuskie doświadczenie w dużych projektach kolejowych, lotniskowych i infrastrukturalnych może łączyć się z kompetencjami polskich firm projektowych, wykonawczych i technologicznych. Celem może być tworzenie polsko-francuskich konsorcjów zdolnych realizować projekty we Francji, w innych krajach UE i poza Europą. Taki model pozwala budować wspólne referencje i zwiększać obecność firm z obu krajów w międzynarodowych przetargach.

Przyszłość relacji gospodarczych będzie zależeć od zdolności firm do tworzenia trwałych ekosystemów współpracy. Największa szansa nie polega dziś wyłącznie na zwiększaniu wymiany handlowej, lecz na wspólnym projektowaniu, produkowaniu i eksportowaniu rozwiązań potrzebnych Europie przyszłości.

tekst: Francusko-Polska Izba Gospodarcza

# Francusko-Polska Izba Gospodarcza To oni dbają o biznes!



**F**rancusko-Polska Izba Gospodarcza (CCIFP) od ponad 30 lat działa na rzecz rozwoju relacji gospodarczych pomiędzy Polską i Francją, tworząc przestrzeń do współpracy, wymiany doświadczeń i budowania trwałych partnerstw biznesowych. Jest jedną z najbardziej dynamicznych izb bilateralnych w Polsce zrzeszającą ponad 350 firm i działającą w ramach ponad 120 izb francuskich na świecie. Misją CCIFP jest budowanie innowacyjnego polsko-francuskiego partnerstwa gospodarczego poprzez łączenie ludzi i firm,

wspieranie ich rozwoju na obu rynkach oraz wzmacnianie głosu przedsiębiorców w debacie publicznej.

Działania CCIFP opierają się na kilku kluczowych celach strategicznych. Izba stawia na ułatwianie kontaktów i dopasowanie usług do potrzeb swoich członków. Jest głosem polsko-francuskiego środowiska przedsiębiorców, aktywnie uczestnicząc w dialogu gospodarczym i społecznym. Rozwija polsko-francuską współpracę, łączy różne pokolenia biznesu i tworzy przestrzeń dla rozwoju talentów.

**CCIFP ŁĄCZY LUDZI,  
FIRMY I IDEE,  
WZMACNIAJĄC  
GŁOS POLSKO-  
FRANCUSKIEGO  
ŚRODOWISKA  
BIZNESOWEGO  
W DEBACIE  
GOSPODARCZEJ.**

## CCIFP OD PONAD 30 LAT DZIAŁA NA RZECZ ROZWOJU RELACJI GOSPODARCZYCH POMIĘDZY POLSKĄ I FRANCJĄ.

Jednym z najważniejszych obszarów działalności CCIFP jest ułatwianie kontaktów i łączenie firm członkowskich, aby mogły rozwijać współpracę i realizować wspólne projekty biznesowe. Izba organizuje ponad 100 spotkań rocznie w różnych formatach – od dużych wydarzeń networkingowych, przez śniadania biznesowe, konferencje i debaty, po kameralne spotkania tematyczne. Networking rozwija zarówno w Warszawie, jak i w innych miastach Polski, docierając do firm działających w różnych regionach.

Istotną rolę odgrywają także Komitety tematyczne CCIFP, które gromadzą ekspertów z firm członkowskich i wypracowują rekomendacje oraz pomysły ułatwiające prowadzenie biznesu w Polsce. Izba uczestniczy w konsultacjach, prowadzi dialog z administracją publiczną i wspiera przedsiębiorców w zabieraniu głosu w sprawach ważnych dla gospodarki.

CCIFP promuje firmy, projekty i inicjatywy, które potwierdzają, że partnerstwo między Polską i Francją przynosi wymierne korzyści gospodarcze, społecz-

ne i innowacyjne. Uczestnicząc w kluczowych kongresach gospodarczych zbliża polskich i francuskich partnerów.

Dużą część zadań realizuje dział Le Booster CCIFP, który wspiera firmy polskie w ekspansji na rynku francuskim oraz firmy francuskie w rozwoju działalności w Polsce. Oferuje konkretne usługi: badania rynku, wyszukiwanie partne-

rów, dystrybutorów i lokalizacji pod inwestycje, pomoc w zakładaniu działalności, wynajem biura, rekrutację, payroll oraz obsługę oddelegowania pracowników. Dzięki temu firmy mogą skoncentrować się na rozwoju biznesu, powierzając CCIFP działania administracyjne i operacyjne.

Więcej informacji: [www.ccifp.pl](http://www.ccifp.pl)

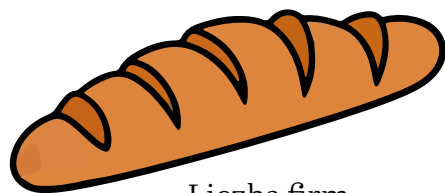


**CZŁONKOWIE IZBY  
BIORĄ UDZIAŁ  
W SPOTKANIACH  
DZIAŁAJĄC NA RZECZ  
POLSKI I FRANCJI**



# Francuski kapitał w Polsce

W Polsce działa 2375 spółek, w których jednym z udziałowców jest francuska firma lub osoba fizyczna posiadająca francuskie obywatelstwo – informuje Centralny Ośrodek Informacji Gospodarczych.



## Firmy z kapitałem francuskim o największych przychodach

Nazwa firmy	Województwo	Miejscowość
BNP PARIBAS BANK POLSKA S.A.	MAZOWIECKIE	WARSZAWA
ORANGE POLSKA S.A.	MAZOWIECKIE	WARSZAWA
P4 SP. Z O.O.	MAZOWIECKIE	WARSZAWA
AUCHAN POLSKA SP. Z O.O.	MAZOWIECKIE	PIASECZNO
LEROY-MERLIN POLSKA SP. Z O.O.	MAZOWIECKIE	WARSZAWA
CARREFOUR POLSKA SP. Z O.O.	MAZOWIECKIE	WARSZAWA
CASTORAMA POLSKA SP. Z O.O.	MAZOWIECKIE	WARSZAWA
VEOLIA ENERGY CONTRACTING POLAND SP. Z O.O.	MAZOWIECKIE	WARSZAWA
EUROPEJSKI FUNDUSZ LEASINGOWY S.A.	DOLNOŚLĄSKIE	WROCLAW
RENAULT POLSKA SP. Z O.O.	MAZOWIECKIE	WARSZAWA
MICHELIN POLSKA SP. Z O.O.	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	OLSZTYN
VALEO AUTOSYSTEMY SP. Z O.O.	MAŁOPOLSKIE	SKAWINA
STELLANTIS POLSKA SP. Z O.O.	MAZOWIECKIE	WARSZAWA
ARVAL SERVICE LEASE POLSKA SP. Z O.O.	MAZOWIECKIE	WARSZAWA
ALSTOM POLSKA S.A.	MAZOWIECKIE	WARSZAWA
BARRY CALLEBAUT MANUFACTURING POLSKA SP. Z O.O.	ŁÓDZKIE	ŁÓDŹ
DECATHLON SP. Z O.O.	MAZOWIECKIE	WARSZAWA
HUTCHINSON POLAND SP. Z O.O.	ŚLĄSKIE	ŻYWIEC
HOLCIM POLSKA S.A.	ŚWIĘTOKRZYSKIE	MAŁOGOSZCZ
CANAL+ POLSKA S.A.	MAZOWIECKIE	WARSZAWA
MM KWIDZYN SP. Z O.O.	POMORSKIE	KWIDZYN
CAPGEMINI POLSKA SP. Z O.O.	MAZOWIECKIE	WARSZAWA
L'OREAL POLSKA SP. Z O.O.	MAZOWIECKIE	WARSZAWA

\*stan na 28.01.2026 r., dane opracował Centralny Ośrodek Informacji Gospodarczych

## Liczba firm ze względu na rok rejestracji spółki

Data rozpoczęcia działalności	Liczba
2026	7
2025	131
2024	119
2023	170
2022	207
2021	171
2020	95
2019	85
2018	89
2017	86
2016	77
2015	73
2014	73
2013	49
2012	55
2011	64
2010	36
2009	39
2008	56
2007	64
2006	49
2005	57
2004	81
2003	80
2002	141
2001	221



### Liczba firm w poszczególnych województwach

Województwo	Liczba	Procentowo
DOLNOŚLĄSKIE	172	7,24
KUJAWSKO-POMORSKIE	37	1,56
LUBELSKIE	19	0,80
LUBUSKIE	25	1,05
ŁÓDZKIE	100	4,21
MAŁOPOLSKIE	223	9,39
MAZOWIECKIE	1173	49,39
OPOLSKIE	16	0,67
PODKARPACKIE	57	2,40
PODLASKIE	42	1,77
POMORSKIE	71	2,99
ŚLĄSKIE	124	5,22
ŚWIĘTOKRZYSKIE	11	0,46
WARMIŃSKO-MAZURSKIE	24	1,01
WIELKOPOLSKIE	232	9,77
ZACHODNIOPOMORSKIE	49	2,06

### Miejscowości, w których działa min. 10 firm

Miejscowość	Liczba
WARSZAWA	1062
KRAKÓW	188
WROCŁAW	113
POZNAŃ	108
ŁÓDŹ	54
KATOWICE	37
SZCZECIN	29
ŁAPY	28
RZESZÓW	27
GDAŃSK	25
GDYNIA	18
PIASECZNO	15
ZIELONA GÓRA	12
GLIWICE	12
TORUŃ	11
LUBLIN	11

\*stan na 28.01.2026 r., dane opracował Centralny Ośrodek Informacji Gospodarczych

Fot.: AdobeStock



# Co polskie firmy powinny wiedzieć przed ekspansją

Francja od lat pozostaje jednym z najważniejszych partnerów gospodarczych Polski i jednym z kluczowych kierunków ekspansji dla polskich przedsiębiorstw.

O tym, jak polskie firmy mogą skutecznie wejść na rynek francuski, rozmawiamy z Sylwią Bojanowską, menedżerem Centrum Rozwoju Biznesu Le Booster we Francusko-Polskiej Izbie Gospodarczej (CCIFP).

## **D**laczego Francja powinna interesować polskie firmy?

Francja to rynek z pierwszej ligi. Nie dlatego, że jest łatwy, ale dlatego, że daje realną skalę rozwoju. To jedna z największych gospodarek Europy, z wysokim poziomem konsumpcji, silnym przemysłem i dużymi inwestycjami w transformację energetyczną, cyfryzację, innowacje, zdrowie, mobilność czy gospodarkę obiegu zamkniętego. To obszary, w których polskie firmy mają coraz więcej do zaoferowania.

Warto też podkreślić, że Francja nie jest dla polskich przedsiębiorców kierunkiem egzotycznym. Mamy już silne relacje handlowe, a polskie firmy potrafią tam skutecznie działać. Przykłady takich marek jak Comarch, Amica czy InPost pokazują, że sukces jest możliwy. Co ważne, nie dotyczy to wyłącznie największych graczy. Na rynku francuskim jest również miejsce dla średnich i mniejszych firm, szczególnie jeśli oferują rozwią-



zania niszowe, dobrze dopasowane do konkretnego segmentu klientów.

## **W** czym tkwi przewaga polskich firm?

Polskie firmy są coraz bardziej dojrzałe eksportowo. Mają konkurencyjne koszty, dobrą jakość, elastyczność i coraz częściej innowacyjne produkty lub usługi. Dla francuskich partnerów Polska może być atrakcyjną europejską alternatywą dla dostaw spoza Unii Europejskiej. Oferujemy połączenie korzystnej ceny, unijnych standardów jakości, bezpieczeństwa i zgodności regulacyjnej.

To szczególnie ważne w kontekście oczekiwań francuskich

konsumentów, którzy zwracają uwagę nie tylko na cenę, ale też na pochodzenie produktu, jakość, wpływ na środowisko i wiarygodność dostawy. 71 proc. Francuzów deklaruje przywiązanie do marki „Made in France”, jednak rosnące koszty życia sprawiają, że coraz częściej szukają produktów dobrej jakości w rozsądnej cenie. Tu właśnie pojawia się przestrzeń dla polskich firm: nie jako najtańszej alternatywy, lecz jako solidnego europejskiego partnera.

## **Od** czego zacząć wejście na rynek francuski?

Od rzetelnej analizy. Błędem jest myślenie o Francji jako o jednym, jednolitym rynku. „Francja” nie kupuje – kupuje konkretna sieć handlowa, dystrybutor, grupa przemysłowa, region, klient publiczny albo określona grupa konsumentów. Trzeba więc jasno odpowiedzieć na pytania: kto jest naszym klientem, jaki problem rozwiązujemy, czym różnimy się od konkurencji i jakim kanałem chcemy sprzedawać.

Dopiero później należy wybrać model wejścia. Czasem najlepszy będzie dystrybutor lub agent, czasem lokalny przedstawiciel, a w bardziej zaawansowanej fazie – spółka, oddział albo filia. Nie tylko rozwój organiczny może przynieść sukces. Szybciej i niekiedy bardziej efektywnie można rozwinąć się poprzez przejęcie francuskiej firmy wraz z jej rozpoznawalnością i siecią dystrybucji. Niezależnie od modelu jaki wybieremy musimy mieć plan, budżet i świadomość, że efekty nie pojawią się po jednej kampanii mailingowej. Francja wymaga czasu i konsekwencji.

#### Jakich błędów należy unikać?

Pierwszy błąd to niedoszacowanie czasu. Proces decyzyjny we Francji bywa dłuższy niż w Polsce. W wielu organizacjach decyzje są wieloetapowe, wymagają argumentacji, formalizacji i wewnętrznych uzgodnień.

**FRANCJA TO RYNEK Z PIERWSZEJ LIGI. NIE DLATEGO, ŻE JEST ŁATWY, ALE DLATEGO, ŻE DAJE REALNĄ SKALĘ ROZWOJU**

Drugi błąd to zbyt mała adaptacja oferty. Materiały po angielsku często nie wystarczą, zwłaszcza w sprzedaży, marketingu, obsłudze klienta czy relacjach z konsumentami. Profesjonalne materiały po francusku – strona internetowa, oferta, katalog, prezentacja, instrukcje czy komunikacja posprzedażowa – znacząco zwiększają wiarygodność.

Trzeci błąd to przekonanie, że sama cena otworzy drzwi. We Francji liczą się także referencje, certyfikaty, zgodność z normami, jakość obsługi i zdolność do zapewnienia serwisu. Klient chce wiedzieć, kto stoi za produktem i czy firma będzie wiarygodnym partnerem w dłuższej perspektywie.

#### Jak ważne są relacje biznesowe?

Bardzo ważne. We Francji zaufanie buduje się stopniowo. Liczy się przygotowanie do spotkania, spójność argumentacji, jakość materiałów, terminowość i profesjonalny follow-up. Warto być konkretnym, ale nie skrać nadmiernie etapu rozmowy. Francuscy partnerzy często chcą najpierw dobrze zrozumieć firmę, jej kompetencje i stabilność. Dobrym sposobem na rozpoczęcie działań są targi branżowe. Francja organizuje setki wydarzeń rocznie, w tym tak ważne salony jak SIAL, Viva-Tech, Global Industrie, Batimat, Maison & Objet czy Mondial de l'Auto. To okazja nie tylko do sprzedaży, ale też do poznania konkurencji, trendów i oczekiwań klientów.



#### Jaką rolę we wspieraniu polskich firm na rynku francuskim odgrywa Francusko-Polska Izba Gospodarcza?

Jako część międzynarodowej sieci francuskich izb gospodarczych mamy nie tylko dobrą rozpoznawalność wśród francuskiego biznesu, ale również mocne oparcie na lokalnym rynku. Korzystamy z wypracowanej przez lata sieci kontaktów w regionalnych izbach we Francji, samorządach, czy lokalnych organizacjach branżowych. Dzięki temu jesteśmy w stanie szybko i efektywnie oszacować możliwości wejścia pod kątem konkretnego produktu, dostarczyć sprawdzonych informacji, zarekomendować najlepsze kanały dystrybucji, a także towarzyszyć na miejscu podczas spotkań, czy kluczowych targów. Biznes we Francji stoi na relacjach, a naszą rolą jest te relacje rozwijać i łączyć polskich i francuskich partnerów.



AMBASSADE  
DE FRANCE  
EN POLOGNE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



Institut Français w Polsce  
oddział w Warszawie  
ul. Widok 12, 00-023 Warszawa  
tel. 22 505 98 00

Institut Français w Polsce  
oddział w Krakowie  
ul. Stolarska 15, 31-043 Kraków  
tel. 12 424 53 50

partenaires@institutfrancais.pl

AMBASSADE  
DE FRANCE  
EN POLOGNE  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

INSTITUT  
FRANÇAIS  
Pologne



**Institut Français  
w Polsce**

kultura i język francuski

# Institut Francuski – miejsce współpracy kulturalnej

**I**nstitut Francuski w Polsce jest francuską instytucją działającą na rzecz współpracy i wymiany kulturalnej. Ma siedzibę w Warszawie i w Krakowie. Placówka podlega ambasadorowi Francji w Polsce i otrzymuje dofinansowanie od francuskiego Ministerstwa Spraw Zagranicznych oraz wsparcie od jego agencji ds. szerzenia kultury francuskiej za granicą, tj. Institutu Francuskiego w Paryżu (Institut français).

Institut Francuski w Polsce działa na rzecz rozwijania współpracy pomiędzy Francją a Polską w różnych dziedzinach,

m.in. poprzez: organizowanie kursów językowych dla dzieci, młodzieży i dorosłych oraz firm i pracowników administracji publicznej, prowadzenie mediатеki, która jest centrum informacji i źródłem dokumentacji multimedialnej, a także miejscem licznych wydarzeń wokół książek, wykładów i spotkań z autorami. Institut działa również w rejonie współpracy kulturalnej pomiędzy Polską a Francją, przyczyniając się swoimi działaniami do dialogu między dwoma krajami.

Współtworzy, wspiera finansowo i medialnie oraz promuje projekty francuskie w całej

Polsce, organizowane przez największe teatry, muzea czy festiwale. Wspiera wydarzenia z udziałem francuskich artystów w dziedzinach sztuk plastycznych i wizualnych, kina, sztuk scenicznych, muzyki klasycznej i współczesnej, designu i mody, oraz organizuje, współorganizuje i wspiera wydarzenia związane z językiem francuskim.

Jednym z flagowych wydarzeń organizowanych przez instytut jest Przegląd Nowego Kina Francuskiego, organizowany w tym roku już po raz siemnasty w trzynastu polskich miastach.

# W Opolu stawiają na Francję

Samorząd Województwa Opolskiego współpracuje z francuskim regionem Burgundia-Franche-Comté. Współpraca rozpoczęła się 21 maja 2003 r. w ramach Porozumienia Czterostronnego (włącznie z innym regionem partnerskim, czyli Nadrenią-Palatynatem oraz Krajem Środkowoczeskim), a w 2014 r. została oficjalnie potwierdzona umową bilateralną.

Celem porozumienia jest współpraca w dziedzinach: edukacji i wymiany młodzieży, programów stażowych, kultury, gospodarki, turystyki, sportu czy wspólnych projektów finansowanych ze środków Unii Europejskiej.

Duże znaczenie ma także współpraca uczelni. W 2007 r. Uniwersytet Opolski i Uniwersytet Burgundzki w Dijon podpisały umowę dotyczącą wymiany studentów, wykładów oraz publikacji naukowych. Wieloletnia współpraca naszej uczelni z Uniwersytetem w Dijon w Burgundii owocuje

współpracą w ramach konsorcjum Forthem oraz w ramach trójstronnego programu studiów Europa Master. Przez wszystkie lata jego realizacji dyplomy ukończenia Europa Master otrzymało już ponad 130 studentów z ponad 20 krajów świata.

Województwo opolskie w ramach tej współpracy odnosi korzyści przede wszystkim w zakresie wymiany dobrych praktyk samorządowych, jak również w zakresie integracji młodzieży, środowiska oświatowego wspieranego programem ERASMUS, udanych

wymian know-how w wąskiej dziedzinie sztuk wizualnych czy spotkań środowiska wytwórców wina.

Kontynuowane są działania zapoczątkowane w ramach współpracy Porozumienia Czterostronnego, obejmujące m.in. analizę polityk związanych z ochroną przyrody oraz funkcjonowaniem obszarów Natura 2000. Współpraca ta przyczynia się do rozwijania praktycznych rozwiązań w zakresie zarządzania środowiskiem oraz adaptacji do zmian klimatu.

Władze obu regionów podkreślają, że współpraca Opolszczyzny i Burgundii-Franche-Comté ma nie tylko wymiar oficjalny, ale przede wszystkim społeczny i europejski – oparty na relacjach mieszkańców, uczniów, studentów, artystów i przedsiębiorców.



*Rektor Uniwersytetu Opolskiego prof. dr hab. Jacek Lipok z wiceprezydentem Rady Regionalnej Burgundii-Franche-Comté Patrickiem Molinoz oraz wicedyrektorem Departamentu Współpracy z Zagranicą i Promocji Regionu UMWO Mateuszem Figlem, a także Joanną Lisowską-Nowak odpowiadającą za współpracę w ramach Porozumienia Czterostronnego.*

# Od Auchan po atom

## Francuski kapitał i polski interes fiskalny

Francja od lat należy do najważniejszych partnerów gospodarczych Polski. Wraz z wejściem w życie Traktatu z Nancy relacje obu państw mogą nabrać rozpędu. Dla Polski kluczowe jest jednak nie tylko to, ile kapitału napływa nad Wisłę, ale ile z wytwarzanej tu wartości trafi na rachunki budżetu państwa.



**MICHAŁ OSTROWSKI**

ekspert w dziedzinie podatków  
i polityki publicznej,  
Uniwersytet Wrocławski

**ŁĄCZNE PRZYCHODY  
SAMYCH TRZECH  
WYMIENIONYCH  
PODMIOTÓW  
PRZEKRACZAJĄ  
33 MLD ZŁ,  
A MOWA TYLKO  
O MAŁYM WYCINKU  
FRANCUSKIEJ  
OBECNOŚCI  
W POLSCE**

### Skala obecności francuskiego kapitału w Polsce

Na koniec 2024 r. wartość bezpośrednich inwestycji francuskich w Polsce, wyniosła 114,1 mld zł. Dało to Francji trzecie miejsce wśród inwestorów zagranicznych, po Niemczech i Stanach Zjednoczonych.

Według Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej w Polsce działa około 1200 firm z udziałem kapitału francuskiego. Odpowiadają one za około 4 proc. zatrudnienia i przychodów przedsiębiorstw zatrudniających co najmniej 10 osób oraz za około 5 proc. nakładów inwestycyjnych. Warto patrzeć na te dane nie tylko przez pryzmat handlu i technologii, ale też przez pryzmat wpływów do budżetu państwa. Rzut oka na sprawozdania finansowe kilku dużych spółek pokazuje skalę tego zjawiska już dziś.

Auchan Polska w 2024 r. osiągnęła przychody ze sprzedaży sięgające niemal 11 mld zł. Spół-

ka zakończyła rok zyskiem netto w wysokości 167 mln zł i zyskiem operacyjnym 280 mln zł. Do polskiego budżetu odprowadziła blisko 854 mln zł podatków i danin, w tym 125 mln zł podatku od sprzedaży detalicznej, 237 mln zł nadwyżki VAT. Co ciekawe, z tytułu CIT, a więc podatku najbardziej domyślnie kojarzonego z osobami prawnymi, wpłynęło jedynie ok. 19 mln zł.

Orange Polska, kontrolowana przez francuską Orange S.A., to jeden z największych podmiotów telekomunikacyjnych w kraju. W 2024 r. skonsolidowane przychody Grupy Orange Polska wyniosły 12,732 mld zł, a zysk operacyjny 1,419 mld zł. Według zestawień dotyczących CIT Orange zapłaciła za 2024 r. około 87 mln zł podatku, wobec 151,1 mln zł rok wcześniej. Jeszcze więcej do państwa w ramach podatku CIT wpłacił P4, operator sieci Play, należącej do francuskiej Grupy Iliad. W 2024 r. przychody Play wyniosły 10,19 mld zł, a P4 zapłaciła około 411,8 mln zł CIT.



To więcej niż rok wcześniej, gdy podatek wyniósł 388,79 mln zł. Łączne przychody samych trzech wymienionych podmiotów przekraczają 33 mld zł. A mowa tylko o małym wycinku francuskiej obecności w Polsce.

### **Transformacyjny potencjał fiskalny**

W sektorze finansowym warto zwrócić uwagę na BNP Paribas Bank Polska. W 2024 r. grupa wypracowała zysk netto na poziomie 2,4 mld zł oraz wynik z działalności bankowej w wysokości 7,8 mld zł.

Znaczenie tego sektora dla budżetu wzrośnie wraz ze wprowadzeniem nowego „podatku bankowego”. Od 2026 r. stawka CIT dla banków została podniesiona do 30 proc., w 2027 r. ma wynieść 26 proc., a od 2028 r. 23 proc. Dla państwa oznacza to dodatkowe wpływy, ale dla inwestorów – wyższy koszt prowadzenia działalności. To klasyczny przykład wbudowanego w tę dynamikę konfliktu między interesem fiskalnym państwa a atrakcyjnością rynku dla kapitału.

### **Atom jako szansa, ale nie gotowy sukces**

Największym potencjalnym polem polsko-francuskiej współpracy jest energetyka jądrowa. Skala inwestycji będzie tu ogromna. Sejm przyjął ustawę przewidującą dokapitalizowanie Polskich Elektrowni Jądrowych kwotą do 60,2 mld zł do 2030 r., a Komisja Europejska zatwierdziła pomoc publiczną dla pierwszej elektrowni jądrowej. Dla budżetu i samorządów będzie to projekt o wieloletnim znaczeniu: od podatku od nieruchomości, przez PIT i składki od pracowników, po CIT płacony przez spółki uczestniczące w przedsięwzięciu.

Szansa znajduje się przede wszystkim przy kolejnych projektach realizowanych w przyszłości. Électricité de France, państwowy gigant energetyczny już wcześniej złożył polskiemu rządowi niewiążącą ofertę dotyczącą budowy od 4 do 6 reaktorów EPR. Według informacji PAP, koszt wariantu budowy czterech reaktorów był szacowany na około 33 mld euro,

a sześciu na 48,5 mld euro. To pokazuje skalę potencjalnego zaangażowania.

Ramę ku dalszej współpracy w tym zakresie daje tu Traktat z Nancy, podpisany 9 maja 2025 r. przez Donalda Tuska i Emmanuela Macrona. Traktat o wzmocnionej współpracy i przyjaźni obejmuje m.in. współdziałanie w zakresie przemysłu obronnego, gospodarki, rolnictwa i nauki. W kwietniu 2026 r. Polska i Francja podpisały też w Gdańsku deklarację o współpracy energetycznej, w której ważne miejsce zajmuje energetyka jądrowa.

### **Szanse i ryzyka**

Zielona transformacja, kolej, energetyka jądrowa, cyfryzacja przemysłu i infrastruktura obronna otwierają przed francuskimi firmami duże pole działania. Dla Polski najważniejsze jest jednak nie samo przyciągnięcie kapitału. Ważniejsze jest to, by inwestycje wypracowywały w kraju wartość dodaną, angażowały polskich dostawców i zasilaly polski budżet.

# Francuskie marki: siła stylu, jakości i zaufania



Francuskie marki od lat zajmują szczególne miejsce w światowej gospodarce. Ich siła nie wynika wyłącznie z rozpoznawalnego pochodzenia, lecz z umiejętności łączenia jakości, tradycji, innowacji i konsekwentnie budowanego wizerunku. Francja stworzyła marki, które potrafią funkcjonować jednocześnie jako producenci konkretnych dóbr i nośniki określonego stylu życia.

Wyróżnia je dbałość o detal, estetykę oraz doświadczenie klienta. W kosmetykach francuskie firmy kojarzone są z zaawansowaną pielęgnacją i silnym zapleczem dermatologicznym. W motoryzacji – z komfortem, designem i odwagą projektową. W sektorze spożywczym – z tradycją, smakiem i wysoką kulturą produktu. W handlu, finansach czy technologiach – z organizacyjną

skalą, stabilnością i zdolnością do adaptacji.

Francuskie marki są cenione, ponieważ potrafią budować zaufanie. Nie opierają swojej pozycji wyłącznie na promocji, ale na spójnej obietnicy jakości. Dlatego dla klientów i partnerów biznesowych często oznaczają coś więcej niż produkt – są synonimem standardu, wiarygodności i dobrze zaprojektowanej wartości.

