



Charakterystyka rynku

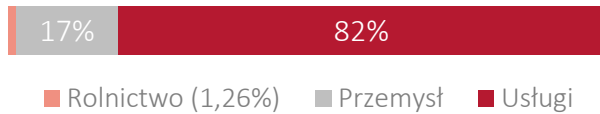
INFORMACJE GOSPODARCZE

UWARUNKOWANIA RYNKOWE



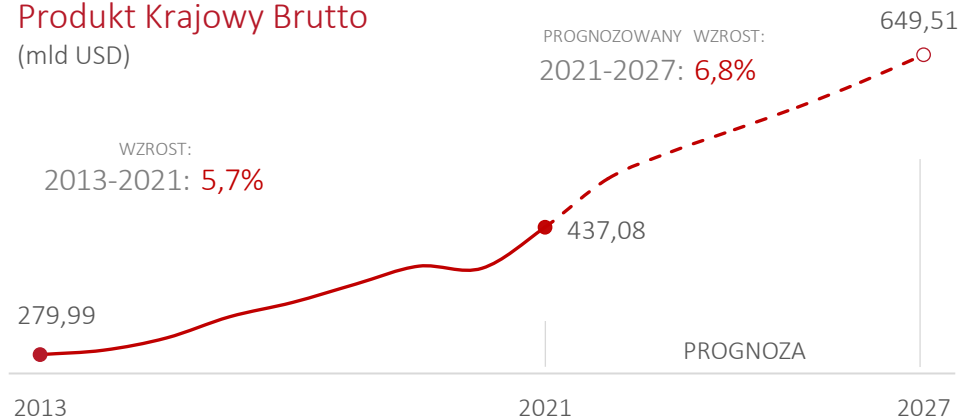
Bezrobocie (2021, ILOStat)	4,96%
Inflacja (2021, MFW)	1,49%
Populacja (2021, MFW)	9,37 mln
Przeciętna płaca (mc) (2018, ILOStat)	2947,73 USD

UDZIAŁ SEKTORÓW W GOSPODARCE (Bank Światowy*)



Produkt Krajowy Brutto

(mld USD)



PKB per capita PPP (2021, MFW): 46 659,27 Int\$

Źródło: MFW | Wzrosty CAGR | Int\$ - dolar międzynarodowy (PPP)

Index of Economic Freedom 2022

The Heritage Foundation

Pozycja kraju	43	Pozycja Polski	39
---------------	----	----------------	----

Index of Economic Freedom

Kategoria:	Wynik kraju	Polska
Wolność handlu	78,8	79,2
Wolność inwestycji	80	80
Wolność prowadzenia biznesu	81,1	78,7

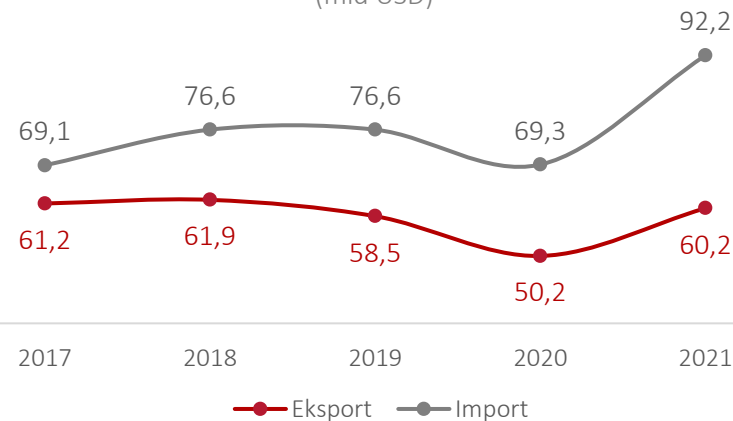
Eksport kraju – TOP 5 (2021)

(w tym eksport do Polski)

Produkty mineralne niemetaliczne
9,28 mld USD (0,02% do Polski)Urządzenia elektryczne
7,56 mld USD (0,16% do Polski)Przyrządy i aparatura, profesjonalna, naukowa i kontrolna
5,8 mld USD (0,27% do Polski)Różne wyroby przemysłowe
3,91 mld USD (0,48% do Polski)Urządzenia telekomunikacyjne i audio-wideo
3,61 mld USD (0,30% do Polski)

Wymiana handlowa kraju ogółem

(mld USD)



Źródło: UN Comtrade

Import kraju – TOP 5 (2021)

(w tym import z Polski)

Ropa naftowa, produkty naftowe
8,13 mld USD (0,00% z Polski)Produkty mineralne niemetaliczne
8,07 mld USD (0,06% z Polski)Pojazdy drogowe
7,56 mld USD (1,00% z Polski)Urządzenia elektryczne
7,21 mld USD (0,76% z Polski)Urządzenia telekomunikacyjne i audio-wideo
4,24 mld USD (0,45% z Polski)



Izrael jest jednym z krajów, które są uzależnione w dużej mierze od importu towarów z zagranicy. Rynek izraelski wydaje się mały, ale cechuje go chłonność i duża siła nabywcza konsumentów. Dla porównania w Polsce konsumenci wydali w 2019 roku ponad 170 mld PLN na zakup artykułów spożywczych, natomiast w Izraelu wydano ponad 140 mld PLN mimo, że populacja kraju jest 4 razy mniejsza. Ponadto Izrael, nazywany nie bez powodu „Startup Nation”, z zainteresowaniem szuka partnerów do współpracy w rozwijaniu nowych technologii, inwestowaniu w innowacyjne projekty i prowadzeniu R&D z polskimi podmiotami.

ELEMENTY KULTURY BIZNESU



Strona izraelska w pierwszej kolejności stawia na profesjonalizm potencjalnego partnera z Polski. Ważne jest aby firma z Polski była dobrze przygotowana merytorycznie do spotkania, zrobiła rozeznanie rynku, konkurencji i porównanie cen w sektorze.



Firma z Izraela, która jest zainteresowana produktami lub usługami firmy z Polski będzie starała się od początku negocjacji znacząco obniżyć cenę proponowaną przez polski podmiot.



Izraelczycy bardzo cenią sobie jakość polskich produktów, Polska ma dobrą renomę na rynku izraelskim co pozytywnie wpływa na postrzeganie oferty firm z Polski.

MOCNE I SŁABE STRONY



Bardzo duże zainteresowanie importem artykułów spożywczych z Polski, które stanowią około 50% całego eksportu z Polski do Izraela.



Stale rozwijająca się współpraca R&D pomiędzy podmiotami z Polski i Izraela jest szansą dla firm z Polski, które są gotowe do rozpoczęcia wspólnych badań nad nowymi technologiami z firmami z Izraela.



Firmy spożywcze z Polski, które są zainteresowane ekspansją do Izraela, muszą uzyskać certyfikat koszerności.

PERSPEKTYWY DLA BRANŻ



Firmy spożywcze z certyfikatem koszerności lub gotowe do uzyskania certyfikatu.



Firmy produkujące urządzenia elektroniczne, części samochodowe, maszyny rolnicze, ale także branża meblarska i budowlana.



Polskie firmy chętne do współpracy przy projektach R&D a także wąsko wyspecjalizowany outsourcing.

PRZYDATNE LINKI:

Doing Business in Israel 2020 - <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/i/israel/ISR.pdf>

Formularz kontaktowy PAIH: <https://www.paih.gov.pl/kontakt>

Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

ul. Krucza 50
00-025 Warszawa

NIP: 526-030-01-67

KRS: 0000109815

Kontakt:

tel.: [22 334 99 55](tel:223349955)

paih24@paih.gov.pl

paih.gov.pl/kontakt



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR



RYNKI ZAGRANICZNE

Przegląd wybranych gospodarek

Przygotowanie:

Departament Strategii i Promocji Gospodarczej
Centrum Eksportu oraz Zagraniczne Biura Handlowe PAIH

Materiał zawiera grafiki pochodzące z serwisu flaticon.com.

Zastrzeżenie:

Powyższy materiał jest chroniony prawami autorskimi, które przysługują Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A. („PAIH”) i można go wykorzystywać w sposób dozwolony przez przepisy ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j. Dz. U. z 2019, poz. 1231), ale jedynie w celach niekomercyjnych (tj. na użytek własny). Nie jest dozwolone komercyjne wykorzystanie przekazywanych treści. Ponadto, materiał ten można wykorzystać, jeżeli przepisy lub zgoda uprawnionego zakładają, że wykorzystanie w celach niekomercyjnych nie wymaga pozwolenia ze strony uprawnionego. Dla innych sposobów wykorzystania materiału niezbędne jest uzyskanie pozwolenia od uprawnionego z tytułu autorskich praw majątkowych. PAIH nie ponosi odpowiedzialności z tytułu jakiegokolwiek szkody bezpośredniej lub pośredniej jakiegokolwiek rodzaju, w tym szkody za utratę zysków, wynikłej z całkowitego lub częściowego wykorzystania informacji udostępnionych przez PAIH w niniejszym materiale. W związku z tym, każdy odbiorca tych informacji powinien sprawdzić przydatność i poprawność wyżej wymienionych informacji zgodnie z ich przeznaczeniem i korzystać z tych informacji na własną odpowiedzialność. PAIH oraz jej pracownicy nie ponoszą w żadnym wypadku odpowiedzialności za jakąkolwiek decyzję lub działanie podjęte w oparciu o wyżej wymienione informacje, ani za jakiegokolwiek konsekwencje wynikające z decyzji podjętych w oparciu o te informacje.