Ref. Ares(2015)1782535 - 27/04/2015

Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs DG

Tomasz Husak, Head of Cabinet

Meeting with Polish representatives of Google

Brussels, 10 April 2015, 10:00 am

BRIEFING NOTE

Scene setter / Context:

You are meeting Polish representatives of Google. They have proposed different discussion topics relating to the development of entrepreneurship in the EU and digital policy.

Google groups a variety of services on the Internet (its search engine "Google Search", Google Books, Google News, YouTube and Google Play, its online media store for apps on music, films, magazines, books and games). Google Self-Driving Car is a project by Google that involves developing technology for autonomous cars, mainly electric cars.

Google is a member of the Strategic Policy Forum on Digital Entrepreneurship, set up by DG GROW, to advice the Commission on policy initiatives to speed up the digitisation of industry and enterprises. Google was represented by Mr. [redacted], Director for European Public Policy. After his leaving Google in February 2015, Mrs [redacted] took over as the the new representative of Google in the Forum. The Forum produced its first report, on "Digital Transformation of European Industry and Enterprises", on 24th March 2015.

Google stated its willingness to support the Commission in achieving a fully functioning Digital Single Market. Their analysis was that the digital economy is not picking up in Europe because of the lack of scale & lack of innovative use. Past the initial start-up phase, digital companies need to be able to easily operate cross-border. This is easier to achieve in the US than in Europe. They also pointed out to the need to reduce regulatory fragmentation / transaction costs (administrative burdens for start-ups, divergent rules / interpretations of data protection, public sector information directive).

Google is traditionally active in helping SMEs with their going on line program. Programs developed in Poland include the Digital Economy Lab at the University of

Warsaw and Start Up Poland. This creates revenue for Google and is good for them in terms of public relations.

Note that another team of Google (, Director Public Policy Europe / , Senior Policy Councel, Google Belgium / , Google Public Policy, Google Belgium) met with Kristian Hedberg and Fabrice Comptour on January 20th 2015 and discussed Google's vision and some of the existing and forthcoming initiatives from Google to support the digital transformation of different sectors across Europe.

In Germany, there is mounting fear that the strong market power of Google and other established platforms (Amazon, Facebook, etc.) may lead to abuses and risks to erode the value from traditional manufacturing and services industries. In November 2014, a letter was sent by four German ministers to VP Ansip and Commissioners Oettinger, Jourová and Vestager, calling for a European solution: "Strong networking effects continue to further strengthen the market power of established platforms while increasing the risk of abuse, such as by leveraging the power to neighbouring markets and giving preferential status to the platforms' own products and services in search results, for example. Competition policy must ensure that these economic positions of power remain contestable, otherwise the conduct of platforms should be regulated."

1. DIGITAL SINGLE MARKET

Key messages:

- I would like to thank Google for having expressed its interest and support in making the Digital economy take off in Europe over the past years, notably for small enterprises and start-ups.
- **Digital technologies and new business models** re-define the rules of the global economy and create new markets and business opportunities. The **biggest digital opportunity for Europe lies in the digitization of our existing industry and enterprises**. More than 75% of the value added created by the Digital Economy is in traditional industries. **Digital is disruptive**.
- The uptake of digital technologies and new business models in the sharing economy is key driver for the competitiveness and modernisation of EU industry. Some industries are currently being substantially impacted by the digitalization process, such as manufacturing, creative industries, healthcare, finance, retail and education. **The EU needs a solid strategy to prepare for the digital transition** that responds to the real needs of the EU industry**.**
- The ambitious 315 billion Euro "Investment Plan for Europe" will underpin the deployment of the Digital Single Market. Its objective is to get Europe growing again and get more people back to work. It can be of interest for Google.
- **"Digital transformation"** and **the Connected Digital Single Market** is a high political priority in the New Commission. A connected digital single market can trigger up to **500 billion Euro of additional growth in Europe** in the next ten years, thereby creating hundreds of thousands of new jobs and a vibrant knowledge-based society.
- It will take real action to support business and industry by removing barriers to investment and creating a supportive environment for digital services. It will also help businesses as they pursue their digital transformation.
- We are working closely with Vice-President Ansip to ensure that the **digital issues of businesses, industry and consumers** are developed as part of the Commissions Digital Single Market package, to be adopted on the 6th of May.

- The main priorities of the DSM are: ensuring better access for consumers and businesses, supporting digital networks and services, and creating a European Digital Economy and Society.
- Particular emphasis is given to removing obstacles to cross-border e-commerce. We are looking at ways to develop the offer and getting more SME to sell online (cross-border). I know this is an objective that we share. It can require **improving the legal framework**, and **improving the business environment** to facilitate the digital life of SMEs.
- We are also focusing on **supporting new digital businesses**. High-growth firms, are the key drivers of innovation and job creation. Start-ups need to be able to scale up their business across borders. These issues are not unique to digital start-ups though, so we are considering them as part of our forthcoming **Internal Market Strategy** and **wider policy on SMEs**
- And most important, our biggest efforts will be to empower the **digital transformation** of our industry and enterprises. We work together with stakeholders, industry, academia, NGOs, and the Member States, and shaped a set of concrete actions**.**
- The contribution of Google, as a member of the Strategic Policy Forum on Digital Entrepreneurship, is valuable. The Strategic Forum delivered its first report with 13 concrete policy recommendations, on 24th March 2015. I follow these recommendations with interest. The report comes at the right moment to help shape future policies in this area.
- I fully share the views that we need to assume sound political leadership in the digitalisation process, modernise policy making and regulation to fit in the digital age, boost the demand and ensure supply of digital and leadership skills and coordinate national policy to achieve EU-wide breakthroughs. We will offer targeted advisory support services especially for SMEs.
- We will boost the demand and ensure supply of **digital and leadership skills,** needed to lead the digital transition**.**
- We will ensure that **existing and new regulation fit for purpose in the digital age**.
- All these steps are particularly relevant to reinforce the **level-playing field** and **eliminate barriers** to investment**.**

- For example, we work to **ensure clear rules to unlock the value of big data:** Big data create new value and unprecedented opportunities for new services. Powerful platform providers, such as Google, will be in the position to capture first the business intelligence and market intelligence. **Traditional EU industries are concerned that their added value will be eroded by the digital platform providers**. We should ensure **clear rules for access to such data** to all companies interesting to develop new businesses using the data.
- We also need to ensure interoperability among different platforms, machine equipment, control systems and objects, if we want European enterprises to compete on equal terms and thrive in the digital world.
- I also expect from powerful technology companies, like Google, to take initiative and **bold actions** to demonstrate they are **responsible business partners**. You have a crucial role to play in educating and supporting industries and smaller enterprises towards their digital transition, thus triggering a wave of virtuous spill-over effects.

Name of main contact person:	[redacted]
Telephone number:	[redacted]
Directorate/Unit:	H3

2. ENTREPRENEURSHIP

W Europie, małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP) tworzą ponad 85% nowych miejsc pracy. Dlatego tez, konieczne są działania mające na celu uruchomienie ogromnego potencjału dla wzrostu gospodarczego i zatrudnienia, które MSP w Europie, i w Polsce, reprezentują. Potrzebujemy więcej przedsiębiorców, którzy są ambitni, i dla których nowe możliwości są inspiracja owocująca uruchomieniem własnej firmy. Potrzebujemy więcej firm innowacyjnych i szybko rozwijających się MŚP.
W celu pobudzenia przedsiębiorczości i wzrostu, Komisja Europejska pracuje w ramach Planu działań na rzecz przedsiębiorczości (Entrepreneurship 2020Action Plan), skupiając się na poprawie środowiska, w którym firmy działają oraz na uruchomieniu mechanizmów wsparcia dla przedsiębiorstw, a także na aspektach szeroko pojętej kultury przedsiębiorczości, takich jak edukacja i komunikacja.
Działania na rzecz przedsiębiorczości są najbardziej opłacalną inwestycją w Europie. Badania przeprowadzone wśród uczniów, którzy prowadzili mini-przedsiębiorstwo w szkole pokazują, że około 15% z nich w pewnym momencie swego życia założyło własną firmę, i że wśród nich odsetek tych, którzy założyli własną firmę jest co najmniej trzy razy wyższy niż średnia dla całej populacji. Ponadto przedsiębiorstwa utworzone przez absolwentów, którzy w ramach swoich studiów mieli zajęcia z przedsiębiorczości, wydają się być bardziej ambitne i innowacyjne.

Key messages:

- Promowanie przedsiębiorczości ma wciąż kluczowe znaczenie, gdyż tylko 37% obywateli EU chciałoby pracować na własny rachunek, podczas gdy w Stanach Zjednoczonych stanowią oni aż 51%, a w Chinach odsetek ten jest jeszcze wyższy, bo aż 55%. Odsetek polskich obywateli, którzy wolą pracować na własny rachunek wynosi 47%, co oznacza ze jest on wyższy niż średnia w UE o 10%.

- Potrzebujemy zmian kulturowych w Europie. Młodzi Europejczycy powinni być zachęcani do tego, by postrzegać przedsiębiorców, którzy odnieśli sukces, jako wzór do naśladowania. Tak, jak to się dzieje na przykład w Stanach Zjednoczonych, gdzie przedsiębiorców, którzy założyli firmy takie jak Google, Facebook, itp., postrzega się, jako biznesowych guru i bohaterów narodowych.

- Przedsiębiorcami się nie rodzimy, przynajmniej nie zawsze, postawy przedsiębiorcze kształtują się głównie w wyniku zdobytej wiedzy i poprzez edukację i powinny być wspierane przez społeczeństwo.

- Europa potrzebuje więcej przedsiębiorców, których działania są napędzane możliwościami raczej, a nie tylko koniecznością. Takiej przedsiębiorczości powinno się uczyć w szkole i na uczelni, gdyż jest to najlepszy sposób na zwiększenie prawdziwej przedsiębiorczości stymulowanej możliwościami biznesowymi i generującej wzrost gospodarczy.

- Komisja Europejska ma na celu przyspieszenie wprowadzania zajęć z przedsiębiorczości w szkołach i na uniwersytetach, na przykład poprzez finansowanie ogólnoeuropejskich projektów w tym obszarze, a także dzięki współpracy z rządami krajowymi i innymi zainteresowanymi partnerami.

- Plan działania na rzecz przedsiębiorczości 2020 zawiera zalecenia, by wszystkim młodym ludziom zapewnić możliwość zdobycia praktycznego doświadczenia w przedsiębiorczości przed opuszczeniem szkoły średniej. Dofinansowanie z programu Erasmus + (DG EAC) jest instrumentem umożliwiającym wdrożenia tego zalecenia.

- Jednak sama edukacja nie jest oczywiście jedynym elementem i nie rozwiązuje wszystkich problemów. Procedury administracyjne i otoczenie prawne powinny zachęcać do rozpoczynania działalności gospodarczej i ją ułatwiać, wychodząc naprzeciw aspiracjom przyszłych przedsiębiorców i oferując im konkretne wsparcie. Wiele jest jeszcze do zrobienia w tym zakresie.

- W Polsce środowisko biznesowe jest nadal mało przyjazne i skomplikowane w wielu dziedzinach, takich jak płacenie podatków, egzekwowania umów, do czynienia z pozwoleń budowlanych, związanych z niewypłacalnością. Usprawnienie procedur i zwiększenie efektywności administracji publicznej jest zatem niezbędne, by tę sytuację poprawić.

- Przedsiębiorcom, zarówno tym, którzy rozpoczynają działalność gospodarczą, jak i tym, którzy już prowadzą własne firmy, potrzebny jest pełny zakres wsparcia: szkolenia i doradztwo, dostęp do finansowania, ułatwienia we współpracy z partnerami biznesowymi i porady.

- We wszystkich krajach europejskich istnieje na poziomie lokalnym/regionalnym szereg instrumentów wsparcia dla przedsiębiorców, np. inkubatory wspierając komercjalizacje badan naukowych lub ułatwiające rozwijanie innowacyjnych pomysłów lub wdrażanie wybranych modeli biznesowych, lub tez sieci mentorów.

- Tego rodzaju wsparcia przedsiębiorcy potrzebują najbardziej na początku swojej kariery biznesowej, dlatego tak ważne jest tworzenie mechanizmów sieci wsparcia i poradnictwa dla nich. Dlatego właśnie Komisja Europejska uruchomiła program Erasmus dla młodych przedsiębiorców, aby dać potencjalnym i nowym przedsiębiorcom możliwość pracy z bardziej doświadczonym przedsiębiorcą w innym kraju.

3. [redacted]

Name of main contact persons: [redacted] A4 Tel. [redacted]; [redacted] A4 Tel. [redacted]

4. BACKGROUND

1. Context

- Google wishes to discuss their active role in boosting entrepreneurship in Europe (Google for Entrepreneurs initiative), as well as partnerships they are developing with traditional industries to support technological breakthroughs.

- "Google for Entrepreneurs" partners with startup communities and builds Campuses where entrepreneurs can learn, connect, and create companies. Since 2011, Google launched such Campuses across 125 countries. These types of initiatives are to be welcomed.

- Google is a member of the Strategic Policy Forum on Digital Entrepreneurship, a group bringing together industry, digital entrepreneurs, academia, civil society and international organisation, established by DG GROW, in February 2014. The Forum analysed the opportunities and challenges of digitalisation in different industry and services sectors and delivered its first report with thirteen policy recommendations on March 24th 2015. [redacted], the general manager of Digital Europe is the President of the Forum.

- "Digital transformation of industry and enterprises" is very high on the political agenda. A Connected Digital Single Market is a high political priority of President Jean-Claude Juncker and the Commission. The Commission will present its DSM strategy in May 2015.

2. EU strategy on digital entrepreneurship and the digital transformation of industry and enterprises

DG GROW has shaped **a sound strategy to stimulate Digital Entrepreneurship** in Europe, focusing on the **digital transformation and growth of existing enterprises** and the promotion of new digital start-ups in all sectors of the economy.

Governance: Intensive dialogue with industry, academia and policy makers has been established to help understand the needs of the EU industry and enterprises and develop an efficient strategy. The following fora were set up in 2014:

- **The Strategic Policy Forum on Digital Entrepreneurship,** to reinforce dialogue among industry, science, civil society and politics and advise the Commission on a EU vision and strategy on digital transformation of industry. The Forum delivered its first report entitled "Digital Transformation of European Industry and Enterprises" with thirteen policy recommendations in March 2015.

- A **Member States Board** on Digital Entrepreneurship, composed of policy makers from the European Member States, leading the digital transformation in their countries. They exchange experiences, coordinate policies and work to forge the implementation of a pan-European Digital transformation strategy.

Support actions: Relevant support actions and initiatives launched to-date include:

- The **Digital Entrepreneurship Monitor**[1] monitors the key technological and market trends, emerging business opportunities, new business paradigms and their impact on the European economy. It also collects information about policy initiatives to boost digital transformation all over Europe. Over 1000 national policy initiatives have been identified and analysed, spotting to the fragmented nature of such policies and the need for better EU-wide cooperation, to maximise impact to the economy.
- The **Digital Transformation Scoreboard** measures progress in all EU countries and main international competitors and includes policy recommendations to speed-up the process. The first Scoreboard will be published in the first quarter of 2015.
- The study on **"Doing Business in the Digital Age"**[2] identified the key technological trends and proposed recommendations for actions.
- **A pan-European awareness campaign WATIFY**[3] «What If I …?», focuses on helping entrepreneurs and traditional businesses, to overcome the doubts and challenges facing them. Digital SMEs have proven to have tremendous job creation potential of up to 10 million new jobs in G20 countries[4]. The objective of the campaign is to inspire new business ideas, as well as to support and provide practical advice to speed-up digital transformation across Europe.
- **EuroMentors**[5]**:** a network of the most prominent mentoring organisations and mentors**,** launched in November 2014 to inspire and support new entrepreneurs and help enterprises in their transformation plans. Activities include networking, cross-border exchange of experiences, hands-on coaching and match-making events among stakeholders to explore new partnerships.
- A **pan-European campaign on "eSkills for jobs"** to boost the demand and supply of eLeadership skills, i.e. the combination of digital skills, management and creative skills.

3. The Strategic Forum on Digital Entrepreneurship

The Strategic Policy Forum on Digital Entrepreneurship is a think tank set up by the Commission. It brings together leaders from business, academia, international organisations and politics. The report showcases new business opportunities that have resulted from unprecedented business models and that are being powered by advanced digital technologies. It also identifies the key challenges for Europe and proposes thirteen recommendations for political and business leaders to help Europe promote jobs and growth.

The biggest digital opportunity for Europe is in the transformation of existing industry and enterprises. New business models challenge traditional ways of doing business and it's estimated that three quarters of the value of the digital economy will come from

[1] http://ec.europa.eu/enterprise/dem
[2] http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/ict/ebsn/digital_supply_chains/digital_age_en htm
[3] http://ec.europa.eu/enterprise/dem/watify
[4] Accenture, 2014: The promise of digital entrepreneurs, Creating 10 million youth jobs in the G20 countries
[5] http://www.euromentors.eu/

traditional businesses. Europe needs to fully exploit these opportunities to become more competitive and a better place to invest and do business.

Digitalisation has enormous growth potential. According to recent studies, digitally proactive companies can perform ten times better than their peers. But so far, Europe has not met its digital potential. While 47% of EU citizens are already shopping online, only 14% of small and medium-sized enterprises use the internet to sell products and services, and less than 2% of European enterprises are currently taking full advantage of the new wave of advanced digital technologies such as mobile communications, social media, the cloud, big data analytics, and the Internet of Things.

THE BENEFITS FOR EUROPE OF DIGITAL TRANSFORMATION

ENORMOUS GROWTH POTENTIAL

Companies making use of a newly available set of accelerating technologies are performing 10 times better than their peers

10x better

THE POTENTIAL FROM THE CREATION OF THE DIGITAL SINGLE MARKET

+6% of GDP from a fully realised DSM

+3.8m The DSM could create 3.8m jobs and reduce the cost of public administration by 15-20%

400,000 to 1.5 million new jobs

unexploited potential

Number of new jobs the EU could create in the internet economy

THE TRANSFORMATIVE POWER OF DIGITAL

Digital technologies are fundamentally **changing** the way people live, work, communicate and play

Big data technology and services are expected to grow worldwide to **USD 16.9 billion** in 2015 at a compound **annual growth rate of 40%**. Companies using that data become **5-6% more productive.**

EU BUSINESSES ARE LAGGING BEHIND

EU businesses are **missing out** on the chance to grow by not taking full advantage of digital technologies

Small European businesses are slow to change

only **14%** of SMEs use the internet as a sales channel

41% non digital

41% of EU companies still haven't adopted any of the new advanced digital technologies

Jobs destroyed and created

54% of the workforce affected

Technological advances could threaten **54% of our workforce** across EU28 over the coming decades

In France, the internet destroyed 500,000 jobs in the last 15 years but also created **1.2 million** new ones

In Germany, SMEs could create 670,000 new jobs by using technology effectively

2.6 new jobs were created for every job destroyed

DIGITALISATION OF INDUSTRY

European manufacturing can achieve growth from **15%** to **20%** by 2030 if digitalised

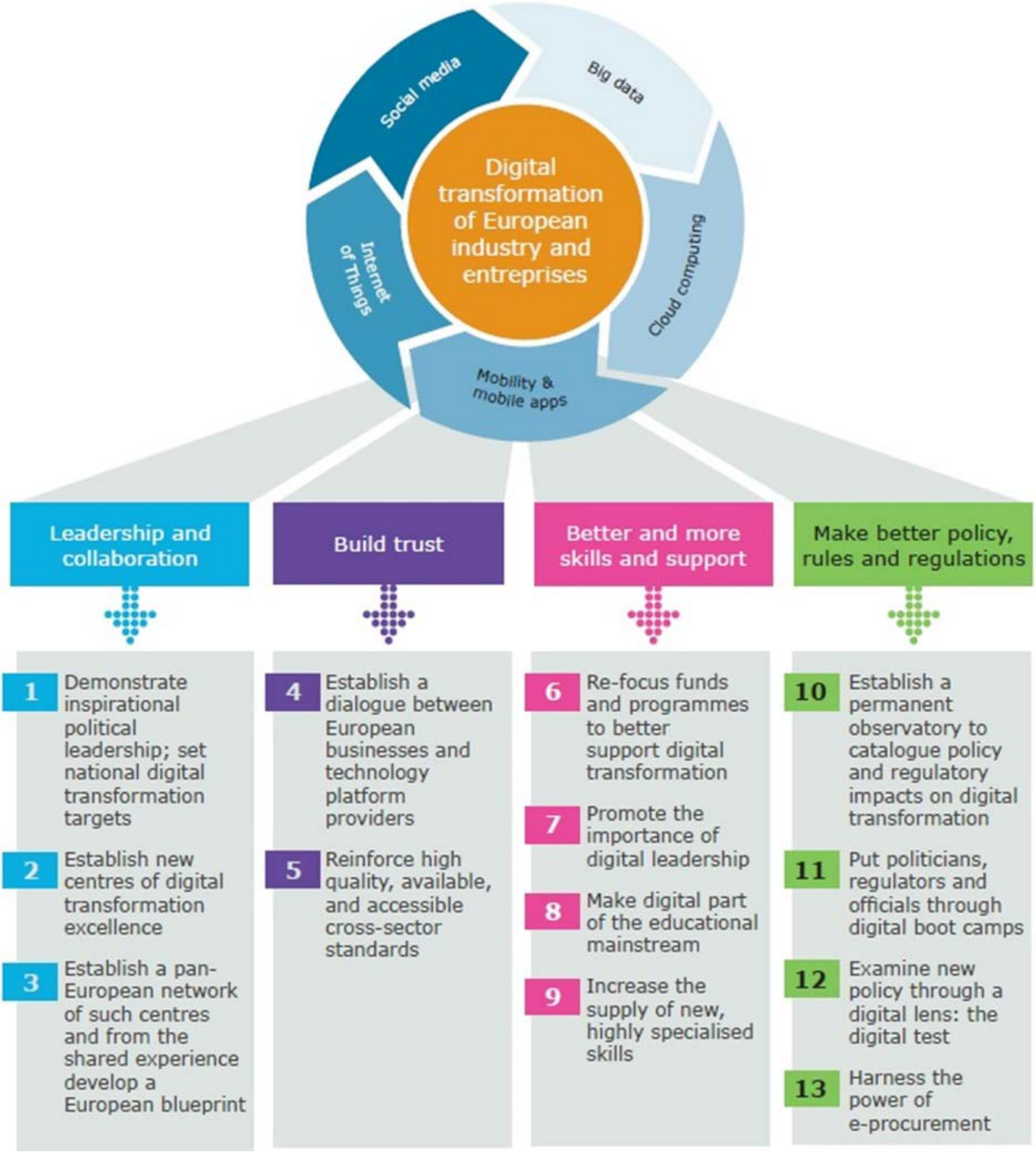
Revenue coming from digital technologies in creative industries will grow from **47%** in 2013 to **57%** in 2015

90% of all interactions in healthcare in the UK are face-to-face – a 1% reduction would save up to £200 m

E-learning market will grow by a factor of 15 over the next 10 years and reach **30%** of the total education market

None of these figures will improve on their own and the basis for progress in the digital economy is a functioning Single Market where people enjoy full rights and where there is no discrimination. Beyond the Digital Single Market package, the Commission is looking at various actions to unleash the power of digitalisation in Europe as the EU needs a solid strategy to support the digital transition.

The report comes at an opportune moment with the Commission working on the scope and proposals linked to the Digital Single Market, the Internal Market, and industrial policy.



The 13 recommendations from the Strategic Policy Forum

Google's work for Entrepreneurship and Industry 4.0

Google partners with startup communities and builds Campuses where entrepreneurs can learn, connect, and create companies that will change the world.

Since 2011, Google launched **Campuses across 125 countries**. In Germany, the Factory, located in Berlin, is a campus for startups and mature tech companies. Google for Entrepreneurs enables tech hubs like the Factory by providing them with technical content, business tools, and infrastructure upgrades so that they can support increasing demand from developers and startups and help grow their local economies. Google is supporting the Berlin tech hub with 1m€ over three years. In the past few years, the initiative has also supported other workspaces and hubs across Europe, including Le Camping in Paris and the Google Campus in London.

Google's billion-dollar acquisition of Nest Labs in California has put the "Internet of Things" firmly on the map. Google has been for years buying companies that have no direct relation to Google's core business, such as firms in the area of robots, domotics, or artificial intelligence. In other words, Google is on the way to buy the knowledge and skills in the form of companies, which are needed for the development and manufacturing of hardware, machinery and equipment for production.

The Google Android operating system dominates already the mobile computing, and now Google claims a leading role in the control of the vehicles. **The Open Automotive Alliance (OAA) is an alliance of automotive manufacturers and technology companies aimed at using Android in automobiles**. The OAA alliance was **founded** in January 2014 by **Audi, GM, Google, Honda, Hyundai and the chip specialist NVIDIA**. So far, besides these founding members, 29 automakers joined the alliance in July 2014 (including Volkswagen, Volvo, Fiat, Renault, Seat, Skoda, Maserati, and Ford).

In July 2014, **Novartis partnered with Google** to develop and commercialize Google's **"smart lens" technology**, embedding non-invasive sensors, microchips and other miniaturized electronics within contact lenses, with the potential to transform eye care (notably in the monitoring of diabetic patients, via continuous measurement of the body's glucose levels' through the smart lenses, and vision correction caused by presbyopia). The transaction remains subject to anti-trust approvals.

Furthermore, augmented-reality glasses like Google Glass may contribute to more efficiency when it comes to data visualization, diagnostics and service in the future. **Thus, they are predestined to play a significant role in Industry 4.0 concepts**.

4.

[redacted]

[redacted]

- [redacted]
- [redacted]
- [redacted]

[redacted]

[redacted]

[redacted]

[redacted]

- [redacted]
- [redacted]
- [redacted]

[redacted]

5. Google company profile

Google is a United States-headquartered, multinational corporation specializing in Internet-related services and products. These include online advertising technologies, search, cloud computing, and software. Most of its profits are derived from AdWords, an online advertising service that places advertising near the list of search results.

Google was founded by Larry Page and Sergey Brin while they were Ph.D. students at Stanford University. Together they own about 14 percent of its shares but control 56 of the stockholder voting power through supervoting stock. They incorporated Google as a privately held company on September 4, 1998. An initial public offering followed on August 19, 2004. Its mission statement from the outset was "to organize the world's information and make it universally accessible and useful," and its unofficial slogan was "Don't be evil." In 2004, Google moved to its new headquarters in Mountain View, California, nicknamed the Googleplex.

Rapid growth since incorporation has triggered a chain of products, acquisitions and partnerships beyond Google's core search engine. It offers online productivity software including email (Gmail), a cloud storage service (Google Drive), an office suite (Google Docs) and a social networking service (Google+). Desktop products include applications for web browsing, organizing and editing photos, and instant messaging. The company leads the development of the Android mobile operating system and the browser-only Chrome OS for a netbook known as a Chromebook. Google has moved increasingly into communications hardware: it partners with major electronics manufacturers in the production of its "high-quality low-cost" Nexus devices and acquired Motorola Mobility in May 2012. In 2012, a fiber-optic infrastructure was installed in Kansas City to facilitate a Google Fiber broadband service.

The corporation has been estimated to run more than one million servers in data centers around the world (as of 2007); and to process over one billion search requests, and about 24 petabytes of user-generated data, each day (as of 2009). In December 2013 Alexa listed google.com as the most visited website in the world. Numerous Google sites in other languages figure in the top one hundred, as do several other Google-owned sites such as YouTube and Blogger. Its market dominance has led to prominent media coverage, including criticism of the company over issues such as search neutrality, copyright, censorship, and privacy.

Revenue Increase US$ 59.825 billion (2013)

Number of employees 55,030 (Q3 2014)

Subsidiaries: AdMob, DoubleClick, On2 Technologies, Picnik, YouTube, Zagat, Waze, Blogger, SlickLogin, Boston Dynamics, Bump, Nest Labs, DeepMind Technologies, WIMM One, VirusTotal

Contact(s): [redacted] (GROW H3 Tel.: [redacted]
[redacted] (GROW H3 Tel.: [redacted])
[redacted] (GROW D2 Tel.: [redacted])

6. Przedsiębiorczość w Polsce

Obecnie Polska plasuje się na poziomie średniej europejskiej, gdy idzie o przedsiębiorczość, a więc nieco niżej niż w poprzednich latach. W wizji polskiej przedsiębiorczości splatają się dwa różne punkty widzenia. Z jednej strony, przedsiębiorczość jest dość powszechnie uznawana za pożądaną drogę kariery zawodowe, co znajduje odzwierciedlenie w stosunkowo dużej liczbie Polaków, którzy zadeklarowali chęć rozpoczęcia działalności gospodarczej w ciągu najbliższych trzech lat (17,3% respondentów w Polsce wobec średniej UE 13,5%). Z drugiej strony, w ostatnich latach obserwujemy nasilenie tendencji do outsourcingu pracowników. Przedsiębiorstwa często wymagają od swoich pracowników pracy na własny rachunek lub pracy w ramach innych umów o pracę (czasem zwanych „umowami śmieciowymi"), jeśli chcą kontynuować pracę dla firmy.
Tendencja ta w dużej mierze wyjaśnia stosunkowo niskie wskaźniki „otwierania działalności gospodarczej po dostrzeżeniu szansy powodzenia" w Polsce (32,7% przy 47% w UE). Ponadto zjawisko to sztucznie zawyża wskaźnik „zamiaru rozpoczęcia własnej działalności", ponieważ obejmuje on tych przedsiębiorców, którzy rozpoczynają działalność z konieczności. Kwestia ta była szeroko omawiana w mediach, co częściowo wpłynęło na poprawę tego wskaźnika. Ponadto społeczne postrzeganie sukcesu w sferze przedsiębiorczości: status społeczny przedsiębiorców, którzy odnieśli sukces, nie jest w Polsce tak wysoki jak w innych krajach UE, co również ma negatywny wpływ na postawy społecznie i zachowania związane z przedsiębiorczością.
Na przestrzeni ostatnich lat rośnie w środowiskach biznesowych świadomość kluczowej roli, jaką odgrywa innowacyjność w tworzeniu przedsiębiorstw i ich sukcesie. Ponadto coraz szersze uznanie zyskuje potrzeba bardziej zrównoważonej innowacyjności, łączącej aspekty ekonomiczne, ekologiczne i społeczne. Wyzwania te w połączeniu z ograniczonymi zasobami wewnętrznymi oraz wysokim ryzykiem i złożonością nasilonego sieciowania (społecznego) w ramach innowacyjności i przedsiębiorczości powinny nakłonić decydentów i innych interesariuszy do stymulowania i zapewniania niezbędnych środków na rzecz innowacyjności i przedsiębiorczości.

7. Konkurencyjność polskiej gospodarki

Mocne Strony

- **Eksport** - Polski eksport w ostatnich latach miał pozytywny wpływ na wzrost gospodarczy kraju. Jednak prognozy na rok 2015 są mniej pomyślne i przewidują, ze polski eksport i inwestycje prywatne się zmniejszą, m.in. w wyniku kryzysu Rosja-Ukraina, który staje się coraz bardziej namacalny, podczas gdy wzrost gospodarczy w strefie euro pozostaje na stosunkowo niskim poziomie.

- **Dobry dostęp do finansowania** - polscy przedsiębiorcy nie maja wielkich problemów z finansowaniem własnej działalności gospodarczej. Sektor finansowy jest stabilny. W 2013 roku wartość udzielonych kredytów wzrosła o 0,8% roku i odnotowuje się ciągły napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych i funduszy z UE.

- **Stosunkowo duży rynek krajowy** – wypływa pozytywnie na kondycję polskiej gospodarki. Polska jest szóstym, co do wielkości rynkiem w UE. Dzięki temu

polskie przedsiębiorstwa maja bezpośredni dostęp do większego rynku, co pozwala również na wzrost specjalizacji regionalnej i stanowi bufor wobec zewnętrznych silnych zmian popytowych.

Słabe Strony

- **Niski poziom innowacyjności** - dobre wyniki polskiej gospodarki opierają się głównie na konkurencyjnych kosztach pracy, wciąż jednak pozostaje w Polsce dużym wyzwaniem zwiększanie potencjału innowacyjnego. Chociaż działania mające na celu stworzenia warunków sprzyjających innowacjom zostały w Polsce podjęte, to jednak ich wdrożenie zajmie sporo czasu, i jeszcze długo trzeba będzie czekać na widoczne i wymierne efekty naukowe i technologiczne. Obecnie wyniki działań w obszarze R&D i systemów innowacji w Polsce są niewystarczające w wielu ważnych wymiarach, takich jak np. odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych, poziom doskonałości naukowej (scientific excellence), intensywności współpracy pomiędzy sektorem badań i biznesem oraz liczby patentów. Wzmocnienie ekosystemu innowacji i skupienie się na produkcji wyrobów o wysokiej wartości dodanej i bardziej zaawansowanych technologicznie stanowią najważniejsze wyzwania dla kraju w perspektywie średnioterminowej.

- **Infrastruktura** - Pomimo znacznych inwestycji w rozwój sieci drogowej, infrastruktura kraju, a zwłaszcza jego system kolejowy i sieć energetyczna, pozostają słabo rozwinięte, co stanowi istotną przeszkodę dla wzrostu gospodarczego. Zwiększenie mocy wytwórczych, rozwój połączeń transgranicznych w przypadku sieci elektrycznych zwiększenie konkurencyjności na rynku gazu są niezbędne dla zwiększenia wzrostu gospodarczego.

- **Otoczenie biznesowe** - środowisko biznesowe jest nadal skomplikowane i mało przyjazne dla przedsiębiorców, zwłaszcza w takich dziedzinach, jak płacenie podatków, egzekwowanie umów, uzyskiwanie pozwoleń budowlanych, uciążliwe i długotrwale procedury związane z niewypłacalnością i upadłością przedsiębiorstw. Niezbędne są dalsze wysiłki zmierzający do usprawnienia procedur i zwiększenia efektywności administracji publicznej.

8. Wsparcie dla przedsiębiorców ze środków UE

UE współpracuje z państwami członkowskimi w celu poprawy dostępu do finansowania uruchomienia pożyczek i kapitału podwyższonego ryzyka dla MŚP, w tym start-upów. Na przykład, Europejski program ramowy na rzecz konkurencyjności i innowacji zmobilizował ponad 18 mld EUR w formie pożyczek i 3 mld EUR w postaci kapitału podwyższonego ryzyka dla ponad 350 000 MŚP w Europie.
Komisja kontynuuje wsparcie dla MŚP oraz firm rozpoczynających działalność za pośrednictwem sowich instrumentów finansowych w ramach programu COSME, Horyzont 2020, Europejskich Funduszy Strukturalnych i Inwestycyjnych oraz programu na rzecz zatrudnienia i innowacji społecznych. Start-upy mogą ubiegać się o finansowanie ze środków UE bezpośrednio w instytucjach finansowych w kraju. Pełna

lista instrumentów finansowych UE dostępnych dla start-upów jest dostępna na stronie www.access2finance.eu.
Znaczne środki finansowe w ramach programu Horyzont 2020 są kierowane do ekosystemów dla firm s sektora ICT w Europie, ułatwiając im nawiązywanie współpracy w zakresie umiejętności przedsiębiorczych i usług doradczych. To, w połączeniu z działaniami na rzecz zwiększenia świadomości i wiedzy wśród inwestorów na temat trendów inwestycyjnych w zakresie technologii i innowacji wpływa na polepszenie dostępu do inwestycji i współpracy transgranicznej dla start-upów, a także dla firm w fazie wzrostu.

9. The Entrepreneurship 2020 Action Plan

The Entrepreneurship 2020 Action Plan calls for action under three pillars:

- **entrepreneurial education and training**;
- creating an **environment where entrepreneurs can flourish and grow**; where the public administration effectively helps entrepreneurs; and
- promoting **role models and reaching out to specific groups,** such as **women, migrants, seniors,** whose entrepreneurial potential is not being tapped to its fullest extent or who are not reached by traditional business support.

The Action Plan requires implementation at **European, national, and regional levels** in order to have the desired impact. Actions for the responsibility of the Commission are well under way, and we are regularly monitoring their implementation.

For instance, the Commission is continuing work in the area of female entrepreneurship, and will establish in 2015 an E**-platform for women entrepreneurs** that will provide to women entrepreneurs all over Europe information, advice, e-learning, and business networking opportunities.

The Commission is expanding the **Erasmus for Young Entrepreneurs** mobility programme. The programme gives new entrepreneurs know-how on starting and running a business, through exchanges with experienced entrepreneurs in another European country. We also aim to help young European companies going across national borders. After five years of existence of Erasmus for Young Entrepreneurs results are quite positive: around **3.000 exchanges** were completed. One third of the aspiring entrepreneurs participating were thus enabled to create their company. Until 2020, we plan to support a minimum of **10.000 new exchanges** of this kind, and thus contribute to new SMEs' growth and to their expansion within the Single Market

The Commission is also looking further into the **bureaucratic and regulatory burdens** that prevent entrepreneurs from achieving their goals, or that dissuade them from going into business at all. One key example of this is the stigma of bankrupt honest entrepreneurs. A major conference on the concept of "Learning from Failure and Giving a Second Chance" will take place in June this year.

In order to ensure the implementation of the Action Plan the Commission is constantly working to exchange knowledge and experiences among and across the EU Member States. A wide variety of initiatives are being put into place at national level as well.

Name of main contact person: [redacted], GROW.F1, [redacted]