

2016

# Program Operacyjny Inteligentny Rozwój 2014-2020

Oś priorytetowa III: Wsparcie innowacji w przedsiębiorstwach

**Działanie 3.3: Wsparcie promocji oraz internacjonalizacji innowacyjnych przedsiębiorstw**

Poddziałanie 3.3.3: „Wsparcie MSP w promocji marek produktowych

– Go to Brand”

## **Wypromuj swoją markę na rynkach zagranicznych – wsparcie MSP**

Frankfurt, 15 września 2016 r.





**Polska**



## CEL PODDZIAŁANIA 3.3.3 POIR

**Celem realizacji poddziałania jest udzielenie wsparcia przedsiębiorcom uczestniczącym w branżowych programach promocji, w celu promowania polskich marek produktowych oraz promowania Marki Polskiej Gospodarki.**

**Wsparcie będzie ukierunkowane przede wszystkim na branże o wysokim potencjale konkurencyjnym i innowacyjnym oraz na wybrane priorytetowe rynki zagraniczne.**

# PODSTAWA PRAWNA UDZIELANIA DOFINANSOWANIA



- rozporządzenie Ministra Infrastruktury i Rozwoju z dnia 10 lipca 2015 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 (Dz. U. poz. 1027)
- ustawa z dnia 11 lipca 2014 r. o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014-2020 (Dz. U. z 2016 r., poz. 217)
- ustawa z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (Dz. U. z 2016 r., poz. 359)



# PODSTAWOWE DOKUMENTY (1)

## Regulamin konkursu wraz z załącznikami określa:

- przedmiot konkursu i cel poddziałania;
- rodzaje pomocy publicznej oraz intensywność wsparcia;
- rodzaje i limity kosztów kwalifikowalnych;
- zakres działań promocyjnych;
- zasady składania wniosku o dofinansowanie;
- zasady oceny projektów;
- procedurę odwoławczą;
- kryteria wyboru projektów;
- wzory dokumentów:  
wniosek, instrukcja, oświadczenie o złożeniu wniosku,  
umowa, lista dokumentów przed podpisaniem umowy.



# PODSTAWOWE DOKUMENTY (2)

## Branżowy program promocji określa:

- zakres działalności gospodarczej przedsiębiorców, do których skierowany jest program branżowy – kody PKD;
- wykaz pozaunijnych rynków perspektywicznych;
- zakres działań obligatoryjnych, w tym listę targów oraz minimalne wymagania dotyczące działań promocyjnych;
- zakres działań fakultatywnych oraz minimalne wymagania dotyczące tych działań;
- zakres działań promocyjnych dotyczących całej branży.



# PODMIOTY UPRAWNIONE DO UBIEGANIA SIĘ O DOFINANSOWANIE

## PRZEDSIĘBIORCY

prowadzący działalność gospodarczą **na terytorium RP**

posiadający **status MSP**

**niepodlegający wykluczeniu** z ubiegania się o wsparcie

prowadzący **działalność gospodarczą** określoną w programie promocji

posiadający **produkt konkurencyjny** względem produktów z tej samej branży występujących na rynku międzynarodowym

premiowani:

- prowadzący **działalność eksportową** w okresie 2 ostatnich lat;

- prowadzący **działalność B+R** lub wdrażający wyniki prac B+R w okresie 3 ostatnich lat;

- posiadający **produkt cechujący się wysokim stopniem nasycenia wiedzą** (klasyfikacja EUROSTAT - na podstawie rodzajów działalności).

# RODZAJE PROJEKTÓW PODLEGAJĄCYCH DOFINANSOWANIU (1)

## PROJEKTY

zgodne z **zakresem** poddziałania oraz programem promocji

zgodne (posiadające co najmniej neutralny wpływ) z **zasadami horyzontalnymi** - art. 7 i 8 rozporządzenia 1303/2013

dotyczące rodzajów **działalności niewykluczonych** z możliwości uzyskania wsparcia i zgodnych z programem promocji

realizowane w **okresie** zgodnym z zasadami poddziałania oraz programu promocji

# RODZAJE PROJEKTÓW PODLEGAJĄCYCH DOFINANSOWANIU (2)

## OKRES REALIZACJI PROJEKTU

musi się mieścić w ramach **czasowych poddziałania** oraz być zgodny z ramami **czasowymi programu promocji (do 30 czerwca 2019 r.)**

może rozpocząć się dopiero **po dniu złożenia wniosku o dofinansowanie** (za rozpoczęcie prac nie uważa się poniesienia kosztów rezerwacji miejsca wystawowego na targach, opłaty rejestracyjnej za udział w targach oraz wpisu do katalogu targowego)

nie może wykraczać poza końcową datę okresu kwalifikowalności wydatków w ramach POIR 2014-2020, czyli zakończyć się później niż **31 grudnia 2023 r.**



# KWOTY WYDATKÓW ORAZ INTENSYWNOŚĆ WSPARCIA

wydatki kwalifikowalne

- maksymalna łączna wartość wydatków kwalifikowalnych w projekcie - **1 mln zł**

intensywność wsparcia

- maksymalna intensywność dofinansowania wynosi:
  - 1) w przypadku wyboru formy dofinansowania z udziałem środków z **pomocy publicznej**
    - **50%** (bez względu na status wnioskodawcy);
  - 2) w przypadku wyboru formy dofinansowania jedynie w postaci **pomocy de minimis**
    - **60%** dla średniego przedsiębiorstwa
    - **75%** dla małego przedsiębiorstwa
    - **80%** dla mikroprzedsiębiorstwa z woj. mazowieckiego
    - **85%** dla pozostałych mikroprzedsiębiorstw



**Polska**

# WYDATKI KWALIFIKOWALNE - RODZAJE (1)

## Główne rodzaje wydatków:

- **koszty wynajmu, budowy i obsługi stoiska wystawowego podczas uczestnictwa MŚP w danych targach lub danej wystawie** (pomoc publiczna – rozdział 11 rozporządzenia POIR; rozporządzenie Komisji (UE) nr 651/2014)



alternatywnie

- **koszty organizacji stoiska wystawowego na targach lub wystawie** (pomoc de minimis – rozdział 13 rozporządzenia POIR; rozporządzenie Komisji (UE) nr 1407/2013)



## WYDATKI KWALIFIKOWALNE - RODZAJE (2)

Dodatkowe rodzaje wydatków:

- koszty podróży służbowych pracowników przedsiębiorcy uczestniczącego w targach, misjach gospodarczych lub programie wspierającym rozwój na rynkach zagranicznych w zakresie i według stawek określonych w przepisach w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej poza granicami kraju
- koszty transportu i ubezpieczenia osób i eksponatów w związku z udziałem w targach i misjach gospodarczych



## WYDATKI KWALIFIKOWALNE - RODZAJE (3)

### Dodatkowe rodzaje wydatków:

- koszty rezerwacji miejsca wystawowego na targach, opłaty rejestracyjnej za udział w targach oraz wpisu do katalogu targowego, poniesione nie wcześniej niż 12 miesięcy przed dniem złożenia wniosku
- koszty reklamy w mediach targowych
- koszty udziału w seminariach, kongresach i konferencjach
- koszty organizacji pokazów, prezentacji i degustacji produktów w zakresie promocji marki produktowej
- koszty informacyjno-promocyjne projektu



# WYDATKI KWALIFIKOWALNE - RODZAJE (4)

## Dodatkowe rodzaje wydatków:

- koszty usługi doradczej dotyczącej umiędzynarodowienia przedsiębiorcy;
- koszty szkolenia w zakresie umiędzynarodowienia przedsiębiorcy;
- koszty ustanowienia i utrzymania zabezpieczenia dla zaliczki wypłaconej na rzecz MŚP.



# WYDATKI KWALIFIKOWALNE - LIMITY (1)

koszty usługi doradczej dotyczącej umiędzynarodowienia przedsiębiorcy

koszty szkolenia w zakresie umiędzynarodowienia przedsiębiorcy



**<= 5%**

wartości kosztów kwalifikowalnych



**<= 2%**

wartości kosztów kwalifikowalnych

1. Muszą dotyczyć **krajów perspektywicznych**
2. Wnioskodawca w ramach projektu musi brać udział w **targach** odbywających się na terenie tych krajów



# WYDATKI KWALIFIKOWALNE - LIMITY (2)

koszty podróży  
służbowych  
pracowników  
przedsiębiorcy



koszty transportu  
i ubezpieczenia  
osób i eksponatów



**$\leq 60\%$  wartości kosztów kwalifikowalnych projektu.**

# DZIAŁANIA PROMOCYJNE - TARGI

## UDZIAŁ W TARGACH ELEMENTY SKŁADOWE

działania związane z organizacją i przeprowadzeniem udziału wnioskodawcy w targach w charakterze wystawcy

organizacja i udział w spotkaniach z kontrahentami lub potencjalnymi kontrahentami, w tym w spotkaniach B2B i spotkaniach matchmakingowych

organizacja dla kontrahentów lub potencjalnych kontrahentów pokazów, prezentacji i degustacji produktów



# DZIAŁANIA PROMOCYJNE - WYJAZDOWE MISJE GOSPODARCZE

## UDZIAŁ W MISJACH ELEMENTY SKŁADOWE

organizacja i udział w spotkaniach z kontrahentami, w tym w spotkaniach B2B i spotkaniach matchmakingowych

wizyty w przedsiębiorstwach kontrahentów

wizyty w roli zwiedzającego na imprezach targowo-wystawienniczych

organizacja dla kontrahentów pokazów, prezentacji i degustacji produktów

organizacja i udział w spotkaniach z przedstawicielami instytucji i organizacji branżowych

organizacja i udział w spotkaniach z dziennikarzami

# DZIAŁANIA PROMOCYJNE - PRZYJAZDOWE MISJE GOSPODARCZE

## ORGANIZACJA MISJI ELEMENTY SKŁADOWE

organizacja dla uczestników misji przyjazdowej pokazów, prezentacji i degustacji produktów

organizacja i przeprowadzenie wizyt w przedsiębiorstwie wnioskodawcy dla uczestników misji przyjazdowej

organizacja i przeprowadzenie wizyt studyjnych dla dealerów, kontrahentów lub dziennikarzy

# DZIAŁANIA PROMOCYJNE - SEMINARIA, KONGRESY, KONFERENCJE

## UDZIAŁ W SEMINARIACH, KONGRESACH I KONFERENCJACH ELEMENTY SKŁADOWE

działania związane z organizacją i przeprowadzeniem udziału wnioskodawcy w seminarium, kongresie lub konferencji

organizacja i udział w spotkaniach z kontrahentami lub potencjalnymi kontrahentami, w tym w spotkaniach B2B i spotkaniach matchmakingowych

organizacja dla kontrahentów lub potencjalnych kontrahentów pokazów, prezentacji i degustacji produktów



Szczegółowe informacje → [www.poir.parp.gov.pl](http://www.poir.parp.gov.pl)

Odwiędź i zarejestruj się!

Portal Promocji Eksportu → [www.trade.gov.pl](http://www.trade.gov.pl)



Dowiedz się w Centrum pomocy PARP!

Formularz kontaktowy → [www.poir.parp.gov.pl](http://www.poir.parp.gov.pl)

Informatorium:

- adres poczty elektronicznej: [info@parp.gov.pl](mailto:info@parp.gov.pl)
- telefon numer 22 432 89 91 (92, 93)

