

# Program promocji branży kosmetycznej - informacja dla przedsiębiorców – wersja nr III z dnia 20.06.16 r.

---

## I. Informacje o programie promocji.

Program promocji branży kosmetycznej opracowany został w ramach poddziałania 3.3.2 „Promocja gospodarki w oparciu o polskie marki produktowe – Marka Polskiej Gospodarki – Brand” Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój (PO IR).

Udział przedsiębiorców w programie promocji sfinansowany zostanie ze środków poddziałania 3.3.3 „Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand” PO IR, za którego realizację odpowiada Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.

W ramach programu opracowany został wykaz działań promocyjnych przeznaczonych dla przedsiębiorców, który uzupełniony został o tzw. działania ogólne promujące polską branżę kosmetyczną. Program promocji przygotowany został w taki sposób aby zapewnić komplementarność działań podejmowanych na rzecz promocji polskiego sektora kosmetycznego.

## II. Adresaci programu promocji.

1. Program skierowany jest do Mikro, Małych i Średnich przedsiębiorców<sup>1</sup>, którzy prowadzą działalność gospodarczą w ramach przynajmniej jednej z poniższych kategorii działalności (PKD 2007<sup>2</sup>):
  - a. 20.42.Z – Produkcja wyrobów kosmetycznych i toaletowych
2. Termin realizacji programu – 25 czerwiec 2016 r – 30 czerwiec 2019 r.

## III. Zasady udzielania wsparcia na udział w programie.

Przedsiębiorcy, mogą ubiegać się o wsparcie finansowe na pokrycie części kosztów działań promocyjnych, objętych programem zgodnie z katalogiem kosztów kwalifikowanych wykazanych w rozporządzeniu 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). Maksymalna łączna wartość wydatków kwalifikowanych, objętych wsparciem finansowym, nie może przekroczyć kwoty 1 mln zł.

---

<sup>1</sup> Definicja Mikro, Małego i Średniego przedsiębiorcy jest określona w załączniku nr I do rozporządzenia KE nr 651/2014.

<sup>2</sup> Pełną Listę klasyfikacji określa Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 24 grudnia 2007 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (Dz.U. 2007 nr 251 poz. 1885 z późn. zm.).

Szczegółowych informacji nt. trybu udzielania wsparcia oraz warunków przyjmowania wniosków w ramach poddziałania 3.3.3 PO IR, udziela Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.

#### **IV. Działania promocyjne przewidziane w programie promocji dla przedsiębiorców.**

##### **A. Zakres działań obligatoryjnych, w których muszą wziąć udział przedsiębiorcy korzystający z programu**

1. Przedsiębiorca zobowiązany jest wybrać przynajmniej jeden z poniższych pozaunijnych rynków perspektywicznych, który będzie zgodny ze strategią ekspansji firmy:
  - a. Zjednoczone Emiraty Arabskie,
  - b. Ukraina,
  - c. Rosja,
  - d. Japonia
  - e. Turcja
  - f. Indonezja
  - g. Chiny
  - h. Korea
  
2. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu zobowiązany jest do wzięcia udziału w charakterze wystawcy w przynajmniej 9 działaniach targowych, o których mowa poniżej, przy czym przynajmniej 3 z tych działań stanowić powinny imprezy targowe, w ramach których zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne, w tym przynajmniej 1 z tych działań powinno stanowić imprezę targową na rynku/rynkach wybranym/wybranych w ramach pkt. IV.A.1., w ramach której zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne.

<b>L.p.</b>	<b>Nazwa targów</b>	<b>Miejsce odbywania się targów</b>	<b>Termin odbywania się targów</b>	<b>Narodowe stoisko informacyjne</b>
1.	Cosmoprof Bolonia	Bolonia, Włochy	marzec 2017, 2018, 2019	Organizacja stoiska narodowego w każdej edycji
2.	BeautyWorld Middle East	Dubaj, ZEA	maj 2017, 2018, 2019	Organizacja stoiska narodowego w każdej edycji
3.	Cosmoprof Asia	Hongkong	listopad 2017, 2018	Organizacja stoiska narodowego w każdej edycji
4.	Intercharm	Moskwa, Rosja	październik 2016, 2017, 2018	
5.	Intercharm Ukraine	Kijów, Ukraina	wrzesień 2016, 2017, 2018	

6.	Cosmoprof North America	Las Vegas, USA	lipiec 2016, 2017, 2018	
7.	Cosme Tokyo	Tokyo, Japonia	styczeń 2017,2018,2019	
8.	Cosmobeaute Indonesia	Dżakarta, Indonezja	październik 2016,2017,2018	
9.	Cosmobeauty	Seul, Korea	kwiecień 2017,2018,2019	
10.	Professional Beauty	Johannesburg, RPA	sierpień 2016,2017,2019	
11.	Saudi Health&Beauty	Jeddah, Arabia Saudyjska	listopad 2016,2017,2018	
12.	Beauty Eurasia	Turcja, Istambuł	kwiecień 2017,2018,2019	
13.	China Beauty Expo	Szanghaj, Chiny	Maj 2017,2018,2019	
14.	Beyond Beauty ASEAN	Tajlandia, Bangkok	Wrzesień 2016,2017,2018	
15.	Tabriz Cosmetics	Tabriz, Iran	Lipiec 2016, 2017, 2018	
16.	COSMEX	Tabriz, Iran	Lipiec 2016, 2017, 2018	
17.	Iran Beauty&Clean	Teheran, Iran	Kwiecień 2017, 2018, 2019	

18.	Pars Detergent Specialized Exhibition of Detergent, Beauty Products, Hygienic, Cellulose Products and Machinery	Mashhad, Iran	Listopad 2016, 2017, 2018	
-----	---	---------------	---------------------------	--

3. Przedsiębiorca biorący udział w programie zobowiązany jest do zakupu przynajmniej jednej usługi doradczej w zakresie przygotowania wejścia na rynki perspektywiczne wymienione w ramach pkt IV.A.1, w związku z udziałem w targach odbywających się na tych rynkach (tj. wnioskodawca w ramach projektu musi wziąć udział w charakterze wystawcy w targach odbywających się na terenie tych krajów). Usługi doradcze muszą zostać nabyte od podmiotu posiadającego potencjał do świadczenia usługi doradczej, w postaci oddziału firmy, jej przedstawicielstwa lub współpracowników na rynku, którego dotyczy przedmiotowa usługa doradcza lub od podmiotu bezpośrednio działającego na tym rynku.
4. Przedsiębiorca, w trakcie całego programu, zobowiązany jest do wzięcia udziału w przynajmniej 2 działaniach o których mowa w pkt B, przy czym działania te muszą dotyczyć pozaunijnych rynków perspektywicznych określonych w pkt. IV.A.1,
5. Przedsiębiorca, do dnia złożenia wniosku o dofinansowanie powinien zarejestrować i zweryfikować swoją firmę na portalu trade.gov.pl.

**B. Zakres działań fakultatywnych, w których mogą wziąć udział przedsiębiorcy korzystający z programu:**

1. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość zakupu usługi szkoleniowej w zakresie umiędzynarodowienia przedsiębiorcy na rynkach perspektywicznych wymienionych w ramach pkt IV.A.1, w związku z udziałem w targach odbywających się na tych rynkach (tj. wnioskodawca w ramach projektu musi wziąć udział w charakterze wystawcy w targach odbywających się na terenie tych krajów).
2. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, ma możliwość wzięcia udziału w grupowych, wyjazdowych misjach gospodarczych, których celem jest rozpoznanie rynku, nawiązanie kontaktów biznesowych, wymiana doświadczeń, co doprowadzić powinno do nawiązania współpracy handlowej. Program ewentualnej wizyty powinien zostać opracowany w porozumieniu z zainteresowanymi uczestnikami i obejmować przynajmniej udział w spotkaniu b2b oraz organizację pokazu bądź prezentacji. Misja powinna mieć charakter grupowego wyjazdu minimum 3 przedsiębiorców, trwającego nie dłużej niż 3 dni na miejscu i być związana z udziałem w międzynarodowym wydarzeniu branżowym, o których mowa w pkt. IV. A.2.  
Przedsiębiorcy biorący udział w wyjazdowych misjach gospodarczych są zobowiązani po odbyciu misji przedstawić raport z przebiegu misji gospodarczej zawierający w szczególności program misji, w tym program spotkań b2b oraz dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów. Raport z misji gospodarczej jest przedstawiany realizatorowi w celach informacyjnych.
3. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu może zorganizować max. 6 przyjazdowych misji gospodarczych (wizyt studyjnych) dla dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą kosmetyczną, których celem jest prezentacja produktu oraz organizacja pokazu.

Misja gospodarcza przyjazdowa może zostać zorganizowana wyłącznie dla dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy<sup>3</sup> bezpośrednio związanych z branżą kosmetyczną pochodzących z krajów, o których mowa w pkt IV.A.13. Misja gospodarcza musi obejmować prezentację firmy przedsiębiorcy, organizację pokazu bądź prezentację produktu. Misja nie powinna trwać dłużej niż 3 dni na miejscu.

Przedsiębiorca zobowiązuje się, że dziennikarz uczestniczący w misji opublikuje w reprezentowanym przez siebie czasopiśmie, portalu internetowym, artykuł będący wynikiem uczestnictwa w misji<sup>4</sup>.

Przedsiębiorca organizujący przyjazdową misję gospodarczą jest zobowiązany po zakończeniu misji do przedstawienia raportu z przebiegu misji gospodarczej zawierającego w szczególności program misji oraz dane kontaktowe uczestników misji. Raport z misji gospodarczej jest przedstawiany realizatorowi w celach informacyjnych.

2. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość organizacji indywidualnej misji gospodarczej/handlowej do krajów, o których mowa w pkt A 1, przy czym misja taka nie powinna trwać dłużej niż 3 dni na miejscu i powinna obejmować minimum: spotkanie/a z minimum 4 kontrahentami oraz organizację pokazu lub prezentacji dla kontrahentów. Przedsiębiorcy biorący udział w misjach gospodarczych są zobowiązani po odbyciu misji przedstawić raport z przebiegu misji gospodarczej zawierający w szczególności program misji, w tym program spotkań b2b oraz dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów. Raport z misji gospodarczej jest przedstawiany realizatorowi branżowego programu promocji branży kosmetycznej w celach informacyjnych.

### **C. Zakres działań fakultatywnych - uzupełniających, w których mogą wziąć udział przedsiębiorcy korzystający z programu:**

1. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość realizacji działań informacyjno-promocyjnych, w ramach których refundowane będą koszty:
  - a) nabycia lub wytworzenia oraz instalacji elementów dekoracyjnych uwzględniających założenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki tj. panelu promocyjnego MPG;
  - b) nabycia lub wytworzenia oraz dystrybucji materiałów informacyjno-promocyjnych takich jak gadżety, materiały drukowane np. foldery, ulotki, wizytówki;
  - c) przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych w mediach tradycyjnych, elektronicznych, cyfrowych;
  - d) przygotowania lub tłumaczenia strony internetowej wnioskodawcy;
  - e) produkcji i emisji spotów i filmów informacyjno-promocyjnych.

---

<sup>3</sup> Przyjmuje się, że:

- 1) kontrahent pochodzi z danego kraju, jeżeli prowadzi działalność na terenie danego kraju lub eksportuje swoje produkty na teren danego kraju;
- 2) dziennikarz pochodzi z danego kraju, jeżeli reprezentowane przez niego medium jest dostępne dla odbiorców w danym kraju (czasopismo jest wydawane lub dystrybuowane na terenie danego kraju, strona internetowa posiada wersję językową właściwą dla danego kraju).

<sup>4</sup> W przypadku, kiedy warunek ten nie zostanie spełniony, kwota wydatków kwalifikowalnych związanych z organizacją przyjazdowej misji gospodarczej, zostanie obniżona odpowiednio o kwotę wydatków związanych z udziałem w misji dziennikarzy, którzy nie opublikowali artykułu.

Księga wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki w tym panelu promocyjnego MPG dostępne są na stronie [www.trade.gov.pl](http://www.trade.gov.pl) i [www.mr.gov.pl](http://www.mr.gov.pl) bądź możliwe do pozyskania u realizatora branżowego programu promocji branży kosmetycznej.

#### **V. Działania promocyjne ogólne promujące całą branżę kosmetyczną.**

1. Wykonawcą programu w zakresie realizacji działań ogólnych promujących polską branżę kosmetyczną będzie podmiot wybrany na podstawie ustawy Prawo zamówień publicznych. Przedsiębiorcy, zachowując zasadę konkurencyjności, będą mogli korzystać z usług realizatora branżowego programu promocji w zakresie organizacji działań przeznaczonych dla przedsiębiorców.
2. W ramach działań ogólnych promujących polską branżę kosmetyczną zaplanowano:
  - współpracę z branżową agencją PR mającą na celu budowanie wizerunku i rozpoznawalności polskich marek kosmetycznych,
  - reklamy i publikacje w zagranicznej prasie branżowej nt. polskiej branży kosmetycznej,
  - organizację na wybranych targach narodowych stoisk informacyjnych służących wsparciu polskich przedsiębiorców obecnych na targach poprzez:
    - możliwość bezpłatnego korzystania z miejsca do odbywania spotkań z kontrahentami;
    - możliwość zamieszczenia reklamy firmy wraz z lokalizacją stoiska wystawienniczego w katalogu informacyjnym wydawanym na dane targi przez Ministerstwo Rozwoju;
    - możliwość korzystania z usług informacyjnych obsługi stoiska informacyjnego o produktach i lokalizacji firmy;
    - możliwość zaprezentowania filmu reklamowego firmy na urządzeniach multimedialnych zainstalowanych na stoisku informacyjnym;
    - możliwość zorganizowania pokazu/prezentacji oferty firmy na stoisku informacyjnym po wcześniejszym uzgodnieniu wszystkich szczegółów z organizatorem stoiska.