

Program promocji branży budowy i wykańczania budowli – informacja dla przedsiębiorców – wersja nr I z dnia 26.09.16 r.

I. Informacje o programie promocji.

Program promocji branży budowy i wykańczania budowli 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 budowy i wykańczania budowli. Program promocji przygotowany został w taki sposób aby zapewnić komplementarność działań podejmowanych na rzecz promocji polskiego sektora budowlanego.

II. Adresaci programu promocji.

1. Program skierowany jest do Mikro, Małych i Średnich przedsiębiorców¹, którzy prowadzą działalność gospodarczą w ramach przynajmniej jednej z poniższych kategorii działalności (PKD 2007²):

16.2 – Produkcja wyrobów z drewna, korka, słomy i materiałów używanych do wyplatania – z wyłączeniem 16.24.Z.

17.11.Z. – Produkcja masy włóknistej;

17.24.Z. - Produkcja tapet;

20.1 – produkcja podstawowych chemikaliów, nawozów i związków azotowych, tworzyw sztucznych i kauczuku syntetycznego w formach podstawowych – z wyłączeniem 20.11.Z i 20.15.Z.;

20.30.Z. – Produkcja farb, lakierów i podobnych powłok, farb drukarskich i mas uszczelniających;

20.52.Z. – Produkcja klejów;

20.60.Z. – Produkcja włókien chemicznych;

22.19.Z. – Produkcja pozostałych wyrobów z gumy;

22.2. – Produkcja wyrobów z tworzyw sztucznych ;

23. – Produkcja wyrobów z pozostałych mineralnych surowców niemetalicznych;

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

² 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.).



- 24. – Produkcja metali – z wyłączeniem 24.43.Z., 24.46.Z.;
- 25.- Produkcja metalowych wyrobów gotowych z wyłączeniem maszyn i urządzeń – z wyłączeniem 25.40.Z., 25.71.Z.;
- 26. – Produkcja komputerów, wyrobów elektronicznych i optycznych – z wyłączeniem 26.2., 26.4., 26.52.Z., 26.6., 26.7., 26.8.;
- 27.– Produkcja urządzeń elektrycznych;
- 28.1. – Produkcja maszyn ogólnego przeznaczenia – z wyłączeniem 28.11.Z., 28.13.Z., 28.15.Z.;
- 28.2. – Produkcja pozostałych maszyn ogólnego przeznaczenia – z wyłączeniem 28.23.Z.;
- 32.91.Z.- Produkcja mioteł, szczotek, pędzli;
- 36.00.Z – Pobór, uzdatnianie i dostarczanie wody
- 41. – Roboty budowlane związane ze wznoszeniem budynków;
- 42. – Roboty związane z budową obiektów inżynierii lądowej i wodnej;
- 43. – Roboty budowlane specjalistyczne;
- 71.1. – Działalność w zakresie architektury i inżynierii oraz związane z nią doradztwo techniczne.

2. Termin realizacji programu – 12 lutego 2017 r. – 31 grudnia 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.

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. Kazachstan
 - b. Azerbejdżan
 - c. Rosja
 - d. Iran
 - e. Ukraina
 - f. ZEA
 - g. Turcja
 - h. Norwegia





2. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, zobowiązany jest do wzięcia udziału w charakterze wystawcy w przynajmniej 6 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.

Tab. 1. Wykaz targów odbywających się na rynkach pozaiunijnych

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
1.	INTERBUILDEXPO	Kijów, UKRAINA	Marzec 2017, 2018, 2019	Marzec 2018
2.	INTERNATIONAL INDUSTRIAL FORUM	Kijów, UKRAINA	Listopad 2017, 2018, 2019	
3.	AQUA THERM KIEV	Kijów, UKRAINA	Maj 2017, 2018, 2019	
4.	ELCOM UKRAINE	Kijów, UKRAINA	Kwiecień 2017, 2018, 2019	
5.	BUDPRAGRES	Mińsk, BIAŁORUŚ	Wrzesień 2017, 2018, 2019	Wrzesień 2018
6.	ENERGY EXPO	Mińsk, BIAŁORUŚ	Październik 2017, 2018, 2019	
7.	MOSBUILD/ WorldBuild Moscow	Moskwa, ROSJA	Kwiecień 2017, 2018, 2019	Kwiecień 2018
8.	AQUA THERM MOSCOW	Moskwa, ROSJA	Luty 2018, 2019	
9.	INTERLIGHT	Moskwa, ROSJA	Listopad 2017, 2018, 2019	
10.	SWISSBAU	Basel, SZWAJCARIA	Styczeń 2018	
11.	BYGG REIS DEG	Lillestrom (Oslo) NORWEGIA	Październik 2017, 2019	Październik 2017
12.	Eliaden (budowlano – energetyczne)	Oslo NORWEGIA	Maj/Czerwiec 2018	
13.	VVS Dagene	Lillestrom NORWEGIA	Październik 2018	
14.	KAZBUILD/ WorldBuild Almaty	Ałmaty, KAZACHSTAN	Wrzesień 2017, 2018, 2019	Wrzesień 2018





	AquaTherm			
15.	POWER – KAZ-INDUSTRY	Ałmaty, KAZACHSTAN	Maj 2017, 2018, 2019	
16.	BAKU BUILD/WorldBuild Baku	Baku, AZERBEJDŻAN	Październik 2017, 2018, 2019	Październik 2017
	AquaTherm			
17.	BUILD4ASIA	HONG KONG	Maj 2017, 2018, 2019	
18.	VIETNAM INTERNATIONAL CONSTRUCTION & BUILDING EXHIBITION	Ho CHI MINH City, WIETNAM	Czerwiec 2017, 2018, 2019	
19.	YAPI /TurkeyBuild Istambul	Stambuł, TURCJA	Maj 2017, 2018, 2019	Maj 2018
20.	IRANCONFAIR	Teheran, IRAN	Sierpień 2017, 2018, 2019	Sierpień 2017
21.	BUILDEXPO	Tebriz, IRAN	Maj 2017, 2018, 2019	
22.	PROJECT IRAN	Teheran, IRAN	Kwiecień 2017, 2018, 2019	Kwiecień 2018
23.	SITP INTERNATIONAL PUBLIC WORKS AND CONSTRUCTION TRADE FAIR	Algier, ALGERIA	Listopad 2017, 2018, 2019	
24.	THE BIG FIVE	Dubaj, ZEA	Listopad 2017, 2018, 2019	Listopad 2017 2018
25.	ELECTRICITY MIDDLE EAST	Dubaj, ZEA	Luty 2017, 2018, 2019	
26.	THE BIG SHOW	Maskat, OMAN	Marzec 2017, 2018, 2019	
27.	PROJECT QATAR	Doha, KATAR	Maj 2017, 2018, 2019	
28.	AFRICA BUILD	Lagos, NIGERIA	Luty 2017, 2018, 2019	





29.	IBS SHOW	Orlando, USA Las Vegas, USA	Styczeń 2018 Styczeń 2019	
30.	WORLD CONCRETE OF	Los Angeles, USA	Styczeń 2018, 2019	

Tab.2. Wykaz branżowych targów o znaczeniu międzynarodowym, odbywających się na terenie UE.

L.p	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
1.	BALTIMAT	Paryż, FRANCJA	Listopad 2017, 2019	
2.	EAUIPBAIE	Paryż, FRANCJA	Listopad 2018	
3.	BAU	Monachium, NIEMCY	Styczeń 2019	Styczeń 2019
4.	BAUTEC	Berlin, NIEMCY	Luty 2018	
5.	IFAT	Monachium, NIEMCY	Maj/Czerwiec 2017, 2018, 2019	
6.	FENSTERBAU FRONTALE	Norymberga, NIEMCY	Marzec 2018	
7.	ISH	Frankfurt, NIEMCY	Marzec 2017, 2019	
8.	LIGHT&BUILDING	Frankfurt, NIEMCY	Marzec 2018	
9.	MADE EXPO	Mediolan, WŁOCHY	Marzec 2017, 2019	
10.	SAIE + SMART BUILDING	Bolonia, WŁOCHY	Październik 2017, 2018, 2019	
11.	SICUREZZA	Mediolan, WŁOCHY	Listopad 2017, 2019	
12.	ECOBUILD	Londyn, WIELKA BRYTANIA	Marzec 2017, 2018, 2019	
13.	AQUATECH	Amsterdam, HOLANDIA	Listopad 2017, 2018, 2019	
14.	NORDBYGG	Sztokholm, SZWECJA	Kwiecień 2018	
15.	BUDMA	Poznań, POLSKA	Luty 2018, 2019	
	WinDoor-tech		Luty 2019	





	Kominki		Luty/marzec 2018	
16.	Securex	Poznań, POLSKA	Kwiecień 2017, 2018, 2019	
	Instalacje		Kwiecień 2018	

* Imprezy targowe odbywające się w terminie od 1 stycznia 2017 r. do dnia uruchomienia naboru wniosków o dofinansowanie w ramach poddziałania 3.3.3 PO IR zostają wyłączone z katalogu 6 działań targowych, w których przedsiębiorcy zobowiązani są wziąć udział w ramach programu promocji Koszty rezerwacji miejsca wystawowego, opłaty rejestracyjnej, wpisu do katalogu targowego dot. imprez targowych odbywających się w terminie od 1 stycznia 2017 r. do dnia uruchomienia naboru wniosków o dofinansowanie w ramach poddziałania 3.3.3 PO IR, uważa się za kwalifikowane, jeśli zostały poniesione nie wcześniej niż 12 miesięcy przed dniem złożenia wniosku o dofinansowanie.

- 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.
- 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.
- 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:

- 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).
- Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu przedsiębiorca jest zobowiązany do wzięcia udziału w minimum jednej grupowej, wyjazdowej misji gospodarczej. Program 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. W ramach etapu przedmisyjnego organizator misji zobowiązany jest do przeprowadzenia szkolenia uczestników misji z zakresu regulacji/kultury biznesowej etc. W ramach etapu pomisyjnego, organizator jest zobowiązany do wspierania przedsiębiorców w podtrzymywaniu nawiązanych podczas misji kontaktów handlowych.
- Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, może wziąć udział w indywidualnych, wyjazdowych misjach gospodarczych, których celem jest rozpoznanie rynku, nawiązanie kontaktów biznesowych, wymiana doświadczeń, co doprowadzić powinno do nawiązania współpracy handlowej. Program ewentualnej wizyty powinien obejmować przynajmniej udział





w spotkaniu b2b z minimum 2 kontrahentami oraz organizację pokazu, bądź prezentacji sprzętu/produktu firmy. Misja powinna mieć charakter indywidualnego wyjazdu przedsiębiorcy, 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.

4. Przedsiębiorcy biorący udział w wyjazdowych misjach gospodarczych są zobowiązani do przygotowania raportu z przebiegu misji zawierającego w szczególności program misji, program spotkań b2b oraz dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów. Raport z misji gospodarczej powinien zostać przedstawiany realizatorowi programu promocji w celach informacyjnych.
5. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu może zorganizować max. 6 przyjazdowych misji gospodarczych (wizyt studyjnych) dla dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą budowy i wykańczania budowl, których celem jest prezentacja produktu oraz organizacja pokazu. Misja gospodarcza przyjazdowa może zostać zorganizowana wyłącznie dla dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą budowy i wykańczania budowl 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 misji⁴.

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 jest przedstawiany Realizatorowi branżowego programu promocji branży budowy i wykańczania budowl w celach informacyjnych.

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

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.

³ Przyjmuję 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).

⁴ 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.





V. Działania promocyjne ogólne promujące całą branżę budowy i wykańczania budowli.

1. Wykonawcą programu w zakresie realizacji działań ogólnych promujących polską branżę budowy i wykańczania budowli będzie realizator BPP wybrany zgodnie z PZP. Po wyborze realizatora BPP oficjalna informacja zostanie zamieszczona na stronie internetowej Ministerstwa Rozwoju www.mr.gov.pl. Przedsiębiorcy, zachowując zasadę konkurencyjności, mogą korzystać z usług realizatora BPP w zakresie organizacji działań przeznaczonych dla przedsiębiorców.

2. W ramach działań ogólnych promujących polską budowę i wykańczania budowli zaplanowano:

- organizację misji przyjazdowych typu Study Tour dla zagranicznych dziennikarzy i kontrahentów z krajów o których mowa w punkcie IV.A.1.(z wyjątkiem Norwegii). Misje zostaną zorganizowane w latach 2017 - 2018 r., podczas odbywania się branżowych targów w Polsce;
- organizację na wybranych targach wskazanych w punkcie IV.A.2, narodowych stoisk informacyjnych służących wsparciu polskich przedsiębiorców obecnych na targach. Dodatkowe działania promujące organizowane przez Realizatora branżowego programu promocji branży budowy i wykańczania budowli na narodowych stoiskach informacyjno-promocyjnych to m.in.:
- organizacja punktu informacyjnego o polskim sektorze produktów i usług budowlanych;
- organizacja strefy spotkań matchmakingowych;
- poczęstunek;
- profesjonalny film reklamowy prezentujący polską branżę budowy i wykańczania budynków na ekranach LCD
- materiały informacyjne (katalogi, ulotki) prezentujące polskie firmy z branży;
- materiały reklamowe o spójnej szacie graficznej;
- interaktywna recepcja, uwzględniająca numerację stoisk poszczególnych firm oraz przewodnik po polskich stoiskach;
- briefing dla prasy- oprowadzenie dziennikarzy po polskim stoisku oraz stoiskach polskich firm, prezentacja produktów, wywiady indywidualne.

Działania towarzyszące imprezom targowo-wystawienniczym:

- prowadzenie strony internetowej programu na subportalu trade.gov.pl oraz aktywność na portalach społecznościowych;

