

2016

Program Operacyjny Inteligentny Rozwój 2014-2020

Działanie 3.3: Wsparcie promocji oraz internacjonalizacji innowacyjnych przedsiębiorstw

„Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand”

dr Piotr Kryjom

Departament Internacjonalizacji Przedsiębiorstw



Warszawa, 11 października 2016 r.

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.

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 podziałania** 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.



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

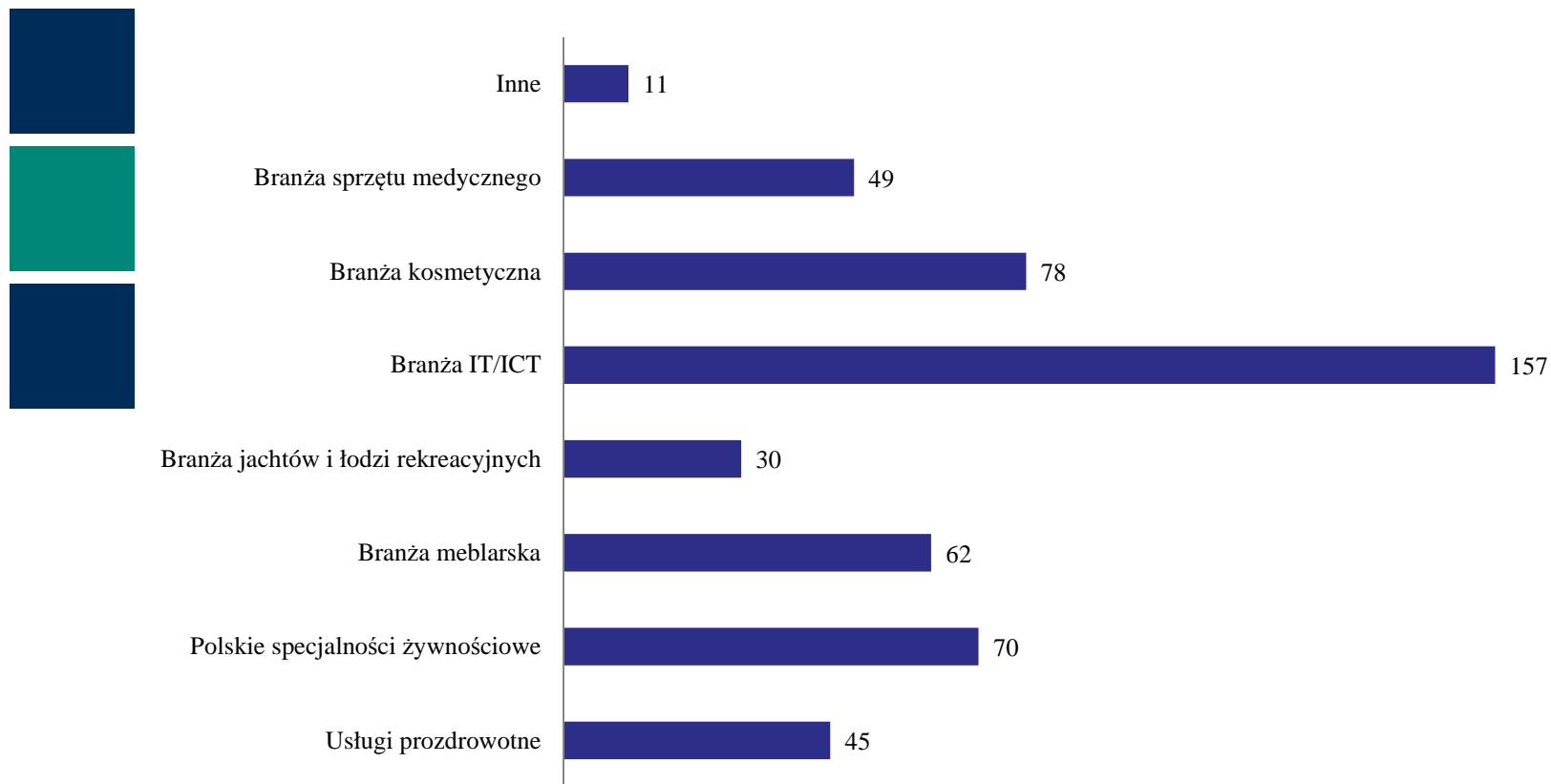
UDZIAŁ W SEMINARIACH, KONGRESACH I KONFERENCJACH ELEMENTY SKŁADOWE

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

Zainteresowanie przedsiębiorców specjalizacjami branżowymi



Identyfikacja najczęściej popełnianych błędów

Najczęstsze błędy na ocenie formalnej:

- błędny numer PKD (niezgodny z opisem) lub niezgodny z kodami podanymi w branżowym programie promocji;
- nieodpowiednia % intensywności dofinansowania.

Najczęstsze błędy na ocenie merytorycznej:

- ogólny opis przewag konkurencyjnych produktu;
- wskazywanie działań niezgodnych z branżowym programem promocji;
- brak lub niewystarczająca kalkulacja dla przedstawianych kosztów, niepoprawna klasyfikacja kosztów;
- niepoprawnie określone wartości dla wskaźników produktu, niespójność wskaźników z zakresem rzeczowo-finansowym projektu.



Szczegółowe informacje → www.poir.parp.gov.pl

Odwiędź i zarejestruj się!

Portal Promocji Eksportu → www.trade.gov.pl



Dowiedz się w Centrum pomocy PARP!

Formularz kontaktowy → www.poir.parp.gov.pl

Informatorium:

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