Program promocji branży maszyn i urządzeń – informacja dla przedsiębiorców

– wersja z dnia 15.07.2020 r.

I. Informacje o Programie promocji

1. Program promocji branży maszyn i urządzeń (zwany dalej „Programem") opracowany został w ramach poddziałania 3.3.2 „Promocja gospodarki w oparciu o polskie marki produktowe – Marka Polskiej Gospodarki – Brand", Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 (zwanego dalej „poddziałaniem 3.3.2 POIR").
2. Program, w części finansowanej z poddziałania 3.3.2 POIR, jest realizowany przez Operatora Programu wybranego przez Ministerstwo Rozwoju.
3. W ramach poddziałania 3.3.2 POIR przewidziano wdrażanie inicjatyw promujących całą branżę maszyn i urządzeń, w tym organizację narodowych stoisk informacyjno-promocyjnych na kluczowych wydarzeniach branżowych (imprezach targowych lub targowo-konferencyjnych). Zakres zaangażowania przedsiębiorców w realizację poddziałania 3.3.2 POIR został określony w rozdziale III Programu.
4. Udział mikro, małych i średnich przedsiębiorców[1] (zwanych dalej „przedsiębiorcami") w Programie jest finansowany ze środków poddziałania 3.3.3 „Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand" Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 (zwanego dalej „poddziałaniem 3.3.3 POIR"), za którego realizację odpowiada Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (zwana dalej „PARP").
5. Program skierowany jest do przedsiębiorców promujących markę produktową, którzy prowadzą działalność gospodarczą w ramach przynajmniej jednej z poniższych kategorii działalności (PKD 2007[2]):
   - 06.10.Z - Górnictwo ropy naftowej;
   - 06.20.Z - Górnictwo gazu ziemnego;
   - 07.10.Z - Górnictwo rud żelaza;
   - 07.21.Z - Górnictwo rud uranu i toru;
   - 07.29.Z - Górnictwo pozostałych rud metali nieżelaznych;

[1] Definicja mikro, małego i średniego przedsiębiorcy została określona w Załączniku I do Rozporządzenia Komisji (UE) nr 651/2014 z dnia 17 czerwca 2014 r. uznającego niektóre rodzaje pomocy za zgodne z rynkiem wewnętrznym w zastosowaniu art. 107 i 108 Traktatu (Dz. U. UE L nr. 187 z dnia 26.6.2014 r., ze zm.).

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

- 08.11.Z - Wydobywanie kamieni ozdobnych oraz kamienia dla potrzeb budownictwa, skał wapiennych, gipsu, kredy i łupków;
- 08.12.Z - Wydobywanie żwiru i piasku; wydobywanie gliny i kaolinu;
- 08.91.Z - Wydobywanie minerałów dla przemysłu chemicznego oraz do produkcji nawozów;
- 08.99.Z - Pozostałe górnictwo i wydobywanie, gdzie indziej niesklasyfikowane;
- 09.10.Z - Działalność usługowa wspomagająca eksploatację złóż ropy naftowej i gazu ziemnego;
- 09.90.Z - Działalność usługowa wspomagająca pozostałe górnictwo i wydobywanie;
- 22.19.Z - Produkcja pozostałych wyrobów z gumy;
- 25.11.Z - Produkcja konstrukcji metalowych i ich części;
- 25.62.Z - Obróbka mechaniczna elementów metalowych;
- 25.73.Z – Produkcja narzędzi;
- 25.93.Z - Produkcja wyrobów z drutu, łańcuchów i sprężyn;
- 25.94 Z - Produkcja złączy i śrub;
- 25.99.Z - Produkcja pozostałych gotowych wyrobów metalowych, gdzie indziej niesklasyfikowana;
- 26.51.Z - Produkcja instrumentów i przyrządów pomiarowych, kontrolnych i nawigacyjnych;
- 27.11.Z - Produkcja elektrycznych silników, prądnic i transformatorów;
- 27.12.Z - Produkcja aparatury rozdzielczej i sterowniczej energii elektrycznej;
- 27.31.Z - Produkcja kabli światłowodowych;
- 27.32.Z - Produkcja pozostałych elektronicznych i elektrycznych przewodów i kabli
- 27.40.Z - Produkcja elektrycznego sprzętu oświetleniowego;
- 27.51.Z - Produkcja elektrycznego sprzętu gospodarstwa domowego;
- 28.11.Z - Produkcja silników i turbin, z wyłączeniem silników lotniczych, samochodowych i motocyklowych;
- 28.12.Z - Produkcja sprzętu i wyposażenia do napędu hydraulicznego i pneumatycznego;
- 28.13.Z - Produkcja pozostałych pomp i sprężarek;
- 28.14.Z - Produkcja pozostałych kurków i zaworów;
- 28.15.Z - Produkcja łożysk, kół zębatych, przekładni zębatych i elementów napędowych;
- 28.21.Z - Produkcja pieców, palenisk i palników piecowych;
- 28.22.Z - Produkcja urządzeń dźwigowych i chwytaków;
- 28.23.Z - Produkcja maszyn i sprzętu biurowego, z wyłączeniem komputerów i urządzeń peryferyjnych;
- 28.24.Z - Produkcja narzędzi ręcznych mechanicznych;
- 28.25.Z - Produkcja przemysłowych urządzeń chłodniczych i wentylacyjnych;
- 28.29.Z - Produkcja pozostałych maszyn ogólnego przeznaczenia, gdzie indziej niesklasyfikowana;
- 28.30.Z - Produkcja maszyn dla rolnictwa i leśnictwa;
- 28.41.Z - Produkcja maszyn do obróbki metalu;

- 28.49.Z - Produkcja pozostałych narzędzi mechanicznych;
- 28.91.Z - Produkcja maszyn dla metalurgii;
- 28.92.Z - Produkcja maszyn dla górnictwa i do wydobywania oraz budownictwa;
- 28.93.Z - Produkcja maszyn stosowanych w przetwórstwie żywności, tytoniu i produkcji napojów;
- 28.94.Z - Produkcja maszyn dla przemysłu tekstylnego, odzieżowego i skórzanego;
- 28.95.Z - Produkcja maszyn dla przemysłu papierniczego;
- 28.96.Z - Produkcja maszyn do obróbki gumy lub tworzyw sztucznych oraz wytwarzania wyrobów z tych materiałów;
- 28.99.Z - Produkcja pozostałych maszyn specjalnego przeznaczenia, gdzie indziej niesklasyfikowana;
- 32.99.Z - Produkcja pozostałych wyrobów, gdzie indziej niesklasyfikowana;
- 33.11.Z - Naprawa i konserwacja metalowych wyrobów gotowych;
- 33.12.Z - Naprawa i konserwacja maszyn;
- 33.13.Z - Naprawa i konserwacja urządzeń elektronicznych i optycznych;
- 33.14.Z - Naprawa i konserwacja urządzeń elektrycznych;
- 33.19.Z - Naprawa i konserwacja pozostałego sprzętu i wyposażenia;
- 33.20.Z - Instalowanie maszyn przemysłowych, sprzętu i wyposażenia;
- 43.21.Z - Wykonywanie instalacji elektrycznych;
- 43.22.Z - Wykonywanie instalacji wodno-kanalizacyjnych, cieplnych, gazowych i klimatyzacyjnych;
- 43.29.Z - Wykonywanie pozostałych instalacji budowlanych;
- 43.39.Z - Wykonywanie pozostałych robót budowlanych wykończeniowych;
- 71.12.Z - Działalność w zakresie inżynierii i związane z nią doradztwo techniczne.

Program nie jest skierowany do przedsiębiorców zajmujących się wyłącznie pośrednictwem w sprzedaży czy sprzedażą hurtową produktów lub usług innych producentów.

6. Kod PKD działalności powinien być ujawniony – najpóźniej w dniu złożenia do PARP wniosku o dofinansowanie – we właściwym rejestrze (KRS lub CEIDG), o których mowa w art. 50a ustawy z dnia 11 lipca 2014 r. o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014-2020[3].
7. Termin realizacji Programu: 1 stycznia 2020 r.[4] – 31 grudnia 2022 r.
8. Działania przewidziane Programem mogą być realizowane przez przedsiębiorców, którzy złożą wnioski o dofinansowanie w ramach poddziałania 3.3.3 POIR po 1 stycznia 2020 r.[5]

[3] Dz. U. z 2017 r. poz. 1460, z późn. zm.

[4] Z zastrzeżeniem warunków Regulaminu Konkursu obowiązującego w dniu złożenia wniosku o dofinansowanie do PARP.

[5] Jak wyżej.

9. Do działań promocyjnych, które mogą być finansowe przez przedsiębiorców w ramach poddziałania 3.3.3 POIR zalicza się:
   a) misje wyjazdowe,
   b) misje przyjazdowe,
   c) stoiska na imprezach targowych lub targowo-konferencyjnych,
   d) zakup usługi doradczej,
   e) dodatkowe działania promocyjne.
10. Szczegółowy opis działań promocyjnych wymienionych w pkt. 9 znajduje się w rozdziale II Programu.
11. Przedsiębiorca jest zobowiązany do realizacji, w ramach Programu, co najmniej trzech (3) działań promocyjnych z listy wskazanej w pkt. 9 a) – c) (mogą być trzy (3) działania jednego rodzaju), w tym do realizacji co najmniej jednego działania promocyjnego (misji wyjazdowej lub stoiska) na wydarzeniu odbywającym się poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej, na którym przewidziano organizację narodowego stoiska informacyjno-promocyjnego, wybranym spośród wydarzeń wskazanych w Tab. 1 i do spełnienia warunku, o którym mowa w pkt.13.
12. W ramach Programu zostaną zorganizowane narodowe stoiska informacyjno-promocyjne na następujących wydarzeniach:

Tab. 1. Wykaz wydarzeń z narodowymi stoiskami informacyjno-promocyjnymi

Nazwa wydarzenia	Kraj	Termin wydarzenia
Ugol Rossii & Mining	Rosja	2020
Mining Vietnam	Wietnam	2021
EIMA Bolonia	Włochy	2021
AgroExpo	Turcja	2021
Agritechnika	Niemcy	2021
Bauma	Niemcy	2022

13. W ramach realizacji Programu przedsiębiorca jest zobowiązany do realizacji, co najmniej jednego działania promocyjnego na wybranym przez siebie pozaunijnym rynku perspektywicznym, z rynków wymienionych poniżej:
   a) Azja Południowo-Wschodnia (Japonia, Korea Południowa, państwa Stowarzyszenia Narodów Azji Południowo-Wschodniej ASEAN[6]),
   b) Ameryka Północna (Kanada, Stany Zjednoczone Ameryki, Meksyk),
   c) Bliski Wschód (Turcja, Iran, Izrael i państwa Zatoki Perskiej),
   d) Europa Centralna i Wschodnia (państwa Bałkanów Zachodnich, państwa członkowskie Wspólnoty Niepodległych Państw, Ukraina i Gruzja),
   e) państwa BRIC (Brazylia, Rosja, Indie, Chiny, Republika Południowej Afryki).

[6] Filipiny, Indonezja, Malezja, Singapur, Tajlandia, Brunei, Wietnam, Laos, Mjanma, Kambodża.

14. Przedsiębiorca może realizować w ramach Programu działania promocyjne mające na celu nawiązanie współpracy z organizacją międzynarodową[7] lub zagraniczną organizacją pozarządową o zasięgu międzynarodowym[8] w związku z prowadzonymi przez tę organizację działaniami na rzecz promocji, ochrony zdrowia lub zajmującymi się udzielaniem pomocy humanitarnej.
15. Przedsiębiorca może zrealizować, w ramach Programu, więcej niż trzy (3) działania promocyjne z listy określonej w pkt. 9.
16. Przedsiębiorca może realizować, w ramach Programu działania promocyjne na więcej niż jednym rynku perspektywicznym, z rynków wskazanych w pkt. 13. Na tym samym rynku perspektywicznym przedsiębiorca może zrealizować ten sam rodzaj działania promocyjnego, z listy określonej w pkt. 9 a) – c), więcej niż raz.
17. Przedsiębiorca może ubiegać się o wsparcie finansowe na pokrycie części kosztów działań promocyjnych objętych Programem, zgodnych z katalogiem kosztów kwalifikowanych wskazanych 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[9]. Maksymalna łączna wartość wydatków kwalifikowanych, objętych wsparciem finansowym, nie może przekroczyć kwoty 1 mln zł.
18. Szczegółowe informacje na temat warunków udzielania wsparcia oraz przyjmowania wniosków w ramach poddziałania 3.3.3 PO IR, zostaną opublikowane na stronie internetowej PARP w dniu ogłoszenia konkursu.

II. Działania promocyjne dla przedsiębiorców

1. Misja wyjazdowa

1.1. Misja wyjazdowa ma na celu rozpoznanie rynku i nawiązanie kontaktów biznesowych. Powinna prowadzić do nawiązania lub rozszerzenia współpracy z partnerami gospodarczymi, na rynku (kraju), na którym misja jest organizowana, lub z organizacją międzynarodową lub pozarządową.

[7] Organizacja międzynarodowa to zrzeszenie państw, osób prawnych lub osób fizycznych pochodzących z różnych państw, powołana do realizacji celów określonych w statucie. Może to być: organizacja rządowa - członkami takiej organizacji są co najmniej trzy państwa, lub organizacja pozarządowa - jej członkami są podmioty niepaństwowe (osoby prawne lub fizyczne). Organizacje międzynarodowe to np. NATO, ONZ (WHO, UNICEF), Międzynarodowy Komitet Czerwonego Krzyża.

[8] Organizacja pozarządowa (ang. Non-government organization, NGO) – organizacja mająca siedzibę poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, działająca na rzecz ochrony, promocji zdrowia, lub zajmująca się udzielaniem pomocy humanitarnej, w tym pomocy humanitarnej na rzecz osób zagrożonych lub dotkniętych skutkami katastrof zarówno naturalnych, jak i tych wywołanych działalnością człowieka.

[9] Dz. U. z 2018 r. poz. 871, z późn. zm.

1.2. Misja wyjazdowa może być połączona z uczestnictwem przedsiębiorcy w wydarzeniu targowym lub targowo-konferencyjnym w charakterze zwiedzającego (w tym w wydarzeniu, na którym jest organizowane narodowe stoisko informacyjno-promocyjne) lub też zostać zorganizowana niezależnie od tego wydarzenia. Misja wyjazdowa, w części finansowanej z poddziałania 3.3.3 PO IR, nie może trwać dłużej niż trzy (3) dni na miejscu. W przypadku misji wyjazdowej organizowanej w więcej niż jednym kraju, misja, w części finansowanej z poddziałania 3.3.3 PO IR, nie może trwać dłużej niż trzy (3) dni w każdym z krajów odwiedzanych przez przedsiębiorcę.

1.3. Program misji przygotowuje przedsiębiorca samodzielnie lub we współpracy z innymi podmiotami. Program misji powinien obejmować organizację co najmniej trzech spotkań biznesowych z udziałem potencjalnych kontrahentów, przedstawicieli organizacji międzynarodowych lub pozarządowych na każdym z odwiedzanych rynków. Ponadto program misji wyjazdowej może obejmować dodatkowe elementy takie jak: udział w konferencji branżowej lub konferencji organizowanej przez organizację międzynarodową, organizację pokazów, prezentacji oraz wizyt w siedzibach (zakładach produkcyjnych) kontrahentów lub w siedzibach organizacji międzynarodowych i pozarządowych.

1.4. Po zakończeniu misji wyjazdowej przedsiębiorca jest zobowiązany przygotować i przedstawić raport z jej przebiegu zawierający co najmniej: datę i miejsce realizacji misji, ramowy plan misji, cel misji, informacje nt. pracowników przedsiębiorcy biorących udział w misji, harmonogram spotkań z kontrahentami, listę osób, z którymi zorganizowano spotkania, opis innych aktywności podjętych w ramach misji, dokumentację fotograficzną, bilety wstępu na targi (jeśli była wizyta na targach), podsumowanie – opis osiągniętych celów misji.

1.5. W związku z udziałem Polski w Światowej Wystawie EXPO 2020 w Dubaju odbywającej się w okresie od 20 października 2020 r. do 10 kwietnia 2021 r. misja wyjazdowa może być połączona z uczestnictwem przedsiębiorcy w wydarzeniach odbywających się w ramach EXPO 2020, w tym w Polsko-Emirackim Forum Gospodarczym.

2. Misja przyjazdowa

2.1. Przedsiębiorca może zorganizować przyjazdową misję gospodarczą (wizytę studyjną) dla potencjalnych i obecnych kontrahentów z co najmniej jednego z rynków perspektywicznych (uczestnicy), przedstawicieli organizacji międzynarodowych lub pozarządowych.

2.2. Program misji przyjazdowej przygotowuje przedsiębiorca samodzielnie lub we współpracy z innymi podmiotami. Misja przyjazdowa powinna obejmować co najmniej prezentację firmy przedsiębiorcy oraz organizację pokazu lub prezentacji produktów dla uczestników misji.

2.3. Program misji przyjazdowej może zakładać realizację innych działań promocyjnych, w tym odwiedzenie przez uczestników stoiska przedsiębiorcy zorganizowanego na

krajowej imprezie targowej. Misja przyjazdowa, w części finansowanej z poddziałania 3.3.3 PO IR, nie może trwać dłużej niż trzy (3) dni na miejscu.

2.4. Przedsiębiorca organizujący misję przyjazdową jest zobowiązany przygotować i przedstawić raport z jej przebiegu. Raport powinien zawierać, co najmniej: datę i miejsce realizacji misji, ramowy plan misji, cel misji, informacje nt. uczestników misji, dokumentację fotograficzną, bilety wstępu na targi (jeśli była wizyta na targach w Polsce), podsumowanie – opis osiągniętych celów misji.

3. Organizacja stoiska na imprezie targowej lub targowo-konferencyjnej

3.1. W ramach realizacji Programu przedsiębiorca może zorganizować indywidualne stoisko wystawiennicze na imprezie targowej lub targowo-konferencyjnej (impreza targowa).

3.2. Stoisko powinno zostać zorganizowane na imprezie targowej o charakterze b2b oraz o zasięgu międzynarodowym.

3.3. Przedsiębiorca uczestniczący w imprezie targowej jest zobowiązany do nabycia lub wytworzenia oraz do instalacji na stoisku wystawienniczym trwałego i widocznego elementu dekoracyjnego uwzględniającego założenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki.

3.4. Księga wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki jest dostępna na Portalu Promocji Eksportu, na stronie internetowej Ministerstwa Rozwoju, bądź u Operatora Programu.

4. Usługa doradcza

4.1. Przedsiębiorca może zakupić jedną usługę doradczą w zakresie nawiązania współpracy z organizacją międzynarodową lub pozarządową w związku z prowadzonymi przez te organizacje działaniami lub w zakresie przygotowania wejścia na pozaunijny rynek perspektywiczny wskazany w rozdziale I pkt. 13, w związku z udziałem w charakterze wystawcy w imprezie targowej lub targowo-konferencyjnej odbywającej się na tym rynku.

4.2. Usługa doradcza musi być nabyta od podmiotu posiadającego potencjał i potwierdzone doświadczenie w zakresie świadczenia tego typu usług na wybranym przez przedsiębiorcę pozaunijnym rynku perspektywicznym lub posiadającego doświadczenie w procedurach zamówieniowych organizacji międzynarodowej lub pozarządowej.

4.3. Wartość podlegających finansowaniu w ramach poddziałania 3.3.3 POIR kosztów nabycia usługi doradczej nie może przekroczyć wartości 5% ogółu kosztów działań realizowanych przez przedsiębiorcę w ramach Programu.

5. Dodatkowe działania promocyjne

5.1. Przedsiębiorca biorący udział w Programie, wdrażający działania promocyjne opisane w rozdziale II pkt. 1-3, może sfinansować, w ramach poddziałania 3.3.3 POIR dodatkowe działania promocyjne w zakresie:

a) nabycia lub wytworzenia oraz dystrybucji obcojęzycznych lub dwujęzycznych materiałów informacyjno-promocyjnych takich jak: gadżety reklamowe, materiały drukowane np. foldery, ulotki, wizytówki,
b) produkcji i emisji spotów reklamowych i filmów informacyjno-promocyjnych promujących markę przedsiębiorcy,
c) kosztów zagranicznej reklamy prasowej, internetowej, reklamy w katalogach targowych i branżowych,
d) organizacji prezentacji produktów, kolekcji (np. w formie showroomów),
e) przygotowania obcojęzycznej strony internetowej lub obcojęzycznego modułu do istniejącej strony,
f) przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych na wyszukiwarkach internetowych i portalach społecznościowych (w tym działań za granicą z wykorzystaniem reklamy internetowej, e-mailingu i innych form internetowej dystrybucji komunikatów marketingowych i promocyjnych, działań SEM/SEO, na platformach aukcyjnych, zakupowych, marketplace'ach typu B2B, B2C i B2G, prowadzenia bloga, prowadzenia kanału w serwisach streamingowych w języku obcym (np. youtube), włącznie z prowadzeniem analogicznych działań w kanale mobilnym).

5.2. Wartość podlegających finansowaniu, w ramach poddziałania 3.3.3 POIR, dodatkowych działań promocyjnych nie może przekroczyć wartości 15% ogółu kosztów działań realizowanych przez przedsiębiorcę w ramach Programu.

III. Działania ogólne promujące branżę maszyn i urządzeń prowadzone przez Operatora Programu

1. Operatorem programu w zakresie realizacji działań ogólnych promujących branżę maszyn i urządzeń będzie podmiot wybrany na podstawie ustawy Prawo zamówień publicznych.
2. Informacja o wyborze wykonawcy programu zostanie zamieszczona na stronie internetowej Ministerstwa Rozwoju i Portalu Promocji Eksportu.
3. Przedsiębiorcy, zachowując zasadę konkurencyjności, będą mogli korzystać z usług Operatora branżowego programu promocji w zakresie organizacji działań przeznaczonych dla przedsiębiorców.
4. W ramach działań ogólnych promujących branżę maszyn i urządzeń realizowanych przez Operatora Programu zaplanowano:
   a) organizację, na wydarzeniach wskazanych w Tab. 1, narodowych stoisk informacyjno-promocyjnych służących wsparciu polskich przedsiębiorców obecnych na imprezie targowej poprzez umożliwienie im:

   i. korzystania ze stoiska w celu organizacji spotkań i prezentacji dla potencjalnych partnerów biznesowych,
   ii. korzystania ze wsparcia ekspertów branżowych w promocji marek przedsiębiorców,
   iii. prezentacji materiałów informacyjno-promocyjnych,
   iv. wyświetlenia filmów promocyjnych na urządzeniach multimedialnych zainstalowanych na stoisku;
b) organizację misji wyjazdowych dla przedsiębiorców;
c) organizację misji przyjazdowych;
d) przygotowanie folderów i materiałów promujących branżę;
e) realizację innych działań promujących branżę.