

Program promocji branży maszyn i urządzeń – informacja dla przedsiębiorców – wersja nr II z dnia 04.01.2017 r.

1. Informacje o programie promocji.

Program promocji branży maszyn i urządzeń 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 maszyn i urządzeń. Program promocji przygotowany został w taki sposób, aby zapewnić komplementarność działań podejmowanych na rzecz promocji polskiego sektora branży maszyn i urządzeń.

2. 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 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;
- 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;

¹ Definicja 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.).

- 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;
- 25.93.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;
- 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 zębatach, przekładni zębatach 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.

2. Termin realizacji programu: 12 lutego 2017 r. – 31 grudnia 2019 r.

3. 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.

Szczegółowe informacje nt. warunków udzielania wsparcia oraz przyjmowania wniosków w ramach poddziałania 3.3.3 PO IR, zostanie zamieszczona na stronie internetowej Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości w dniu ogłoszenia konkursu.

4. Działania promocyjne przewidziane w programie promocji dla przedsiębiorców.

A. Zakres działań obowiązkowych:

1. Przedsiębiorca zobowiązany jest wybrać przynajmniej jeden z poniższych pozaunijnych rynków perspektywicznych, który będzie zgodny ze strategią ekspansji firmy:
 - a. Chiny,
 - b. Indie,
 - c. Iran,
 - d. Kazachstan,
 - e. Rosja,
 - f. Turcja.
2. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, zobowiązany jest do wzięcia udziału w przynajmniej pięciu (5) targach branżowych (tab. 1 i 2) w charakterze wystawcy, przy czym przynajmniej dwa (2) z tych działań stanowić powinny imprezy targowe, w ramach których zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne, w tym przynajmniej jedno (1) z tych działań powinno stanowić imprezę targową na rynku/rynkach wybranym/wybranych w ramach pkt.4.A.1, w ramach której zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne.

Tab.1. Wykaz targów branżowych organizowanych na rynkach pozaunijnych.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
1.	AIMEX	Sydney, Australia	wrzesień 2017, 2019	
2.	SIMA – SIPSA	Algier, Algieria	październik 2018	

3.	Bauma	Szanghaj, Chiny	listopad 2018	2018
4.	China Coal and Mining EXPO	Pekin, Chiny	październik 2017, 2019	2017
5.	CIMES	Pekin, Chiny	czerwiec 2018	
6.	Agrofood West Africa	Akra, Ghana	grudzień 2017, 2018, 2019	
7.	IME KALKUTA	Kalkuta, Indie	listopad 2017, 2019	2017
8.	Bauma Conexpo Indie	New Delhi, Indie	grudzień 2018	2018
9.	Construction Indonesia & Mining Indonesia	Jakarta, Indonezja	wrzesień 2017, 2019	
10.	IranConMin	Teheran, Iran	listopad 2017, 2018, 2019	2017
11.	Iran Agrofood 2017	Teheran, Iran	maj 2017, 2018, 2019	2018
12.	Project Iran	Teheran, Iran	kwiecień 2017, 2018, 2019	
13.	KazComac	Ałmaty, Kazachstan	wrzesień 2017, 2018, 2019	2017, 2018
14.	Mining Week Kazakhstan	Karaganda, Kazachstan	czerwiec 2017, 2018, 2019	
15.	MiningWorld Central Asia / Metaltech Central Asia	Ałmaty, Kazachstan	wrzesień 2017, 2018, 2019	

16.	AgroWorld Kazakhstan / WorldFood Tech	Almaty, Kazachstan	listopad 2017, 2018, 2019	2017
17.	EXPO Mongolia	Ulan Bator, Mongolia	maj 2017, 2018, 2019	
18.	Ugol Rosii	Nowokuźnieck, Rosja	czerwiec 2017, 2018, 2019	2018
19.	YugAgro	Krasnodar, Rosja	listopad/grudzień 2017, 2018, 2019	
20.	MosBuild	Moskwa, Rosja	kwiecień 2017, 2018, 2019	
21.	AGRITECHNICA ASIA	Bangkok, Tajlandia	marzec 2017, 2018, 2019	
22.	SIMA ASEAN	Bangkok, Tajlandia	wrzesień 2017, 2018, 2019	
23.	Minex	Izmir, Turcja	październik 2017, 2019	2019
24.	ANKOMAK	Istanbul, Turcja	czerwiec 2017, 2018, 2019	2018
25.	AGROEXPO	Izmir, Turcja	styczeń 2018, 2019	2019
26.	KyivBuild	Kijów, Ukraina	marzec 2017, 2018, 2019	
27.	Mining World Ukraine	Kijów, Ukraina	październik 2017, 2018, 2019	
28.	Vietnam Mining	Hanoi, Wietnam	kwiecień 2018	
29.	Gulfood Manufacturing	Dubaj, ZEA	listopad 2017, 2018, 2019	

Tab. 2. Wykaz targów branżowych o znaczeniu międzynarodowym organizowanych na terenie UE.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
1.	SIMA	Paryż, Francja	Marzec / kwiecień 2017, 2019	
2.	Intermat	Paryż, Francja	Kwiecień 2018	
3.	SMOPYC	Saragossa, Hiszpania	Kwiecień 2017, 2018, 2019	
4.	BAUMA GERMANY	Monachium, Niemcy	Kwiecień 2019	
5.	Agri Technica	Hanower, Niemcy	Listopad 2017, 2019	
6.	Międzynarodowe Targi Górnictwa, Przemysłu Energetycznego i Hutniczego	Katowice, Polska	Sierpień / Wrzesień 2017, 2019	

3. Przedsiębiorca biorący udział w programie zobowiązany jest do zakupu przynajmniej jednej (1) usługi doradczej w zakresie przygotowania wejścia na rynki perspektywiczne wymienione w pkt. 4.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 dwóch (2) działaniach, o których mowa w pkt. B, przy czym działania te muszą dotyczyć pozaunijnych rynków perspektywicznych określonych w pkt. 4.A.1.
5. Przedsiębiorca, do dnia złożenia wniosku o dofinansowanie powinien zarejestrować i zweryfikować swoją firmę na Portalu Promocji Eksportu - www.trade.gov.pl.

B. Zakres działań nieobowiązkowych:

1. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość zakupu jednej usługi szkoleniowej w zakresie umiędzynarodowienia przedsiębiorcy na rynkach perspektywicznych wymienionych w pkt. 4.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 możliwości wzięcia udziału w grupowych wyjazdowych misjach gospodarczych.
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 trzech (3) przedsiębiorców, trwającego nie dłużej niż trzy (3) dni na miejscu i być związana z udziałem w międzynarodowym wydarzeniu branżowym, o których mowa w pkt. 4. 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. 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.
3. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu może zorganizować maksymalnie sześć (6) przyjazdowych misji gospodarczych (wizyt studyjnych) dla dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą maszyn i urządzeń, których celem jest prezentacja produktu oraz organizacja pokazu. Misja gospodarcza przyjazdowa może zostać zorganizowana wyłącznie dla dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą maszyn i urządzeń pochodzących z krajów, o których mowa w pkt. 4.A.³. Misja gospodarcza musi obejmować prezentację firmy przedsiębiorcy, organizację pokazu bądź prezentację produktu. Misja nie powinna trwać dłużej niż trzy (3) dni na miejscu.

³ 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).

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 gospodarczej jest przedstawiany realizatorowi w celach informacyjnych.

4. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość organizacji indywidualnej misji gospodarczej do krajów, o których mowa w pkt. 4.A.1, przy czym misja taka powinna trwać nie dłużej niż trzy (3) dni na miejscu i obejmować minimum: spotkanie/a z minimum dwoma (2) kontrahentami, organizację pokazu bądź 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 w celach informacyjnych.

C. Zakres działań nieobowiązkowych – uzupełniających:

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 i cyfrowych,
 - d) przygotowania lub tłumaczenia strony internetowej wnioskodawcy,
 - e) produkcji i emisji spotów i filmów informacyjno-promocyjnych.

Księga wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki w tym panelu promocyjnego MPG dostępne są na stronie [Portal Promocji Eksportu](#) i [Ministerstwa Rozwoju](#) bądź możliwe do pozyskania u realizatora branżowego programu promocji.

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.

5. Działania promocyjne ogólne promujące całą branżę maszyn i urządzeń.

1. Wykonawcą programu w zakresie realizacji działań ogólnych promujących branżę maszyn i urządzeń będzie podmiot wybrany na podstawie ustawy Prawo zamówień publicznych. Informacja o wyborze wykonawcy programu zostanie zamieszczona na stronie internetowej [Ministerstwa](#) i [Portalu Promocji Eksportu](#). 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 branżę maszyn i urządzeń zaplanowano m.in.:
 - a) reklamy i publikacje w prasie targowej,
 - b) przygotowanie filmu promującego branżę maszyn i urządzeń,
 - c) organizację misji przyjazdowych z krajów, o których mowa w pkt. 4.A.1,
 - d) przygotowanie strony internetowej poświęconej branży maszyn i urządzeń oraz przeprowadzenie kampanii internetowej,
 - e) 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;
 - korzystania z usług informacyjnych obsługi stoiska informacyjnego o produktach i lokalizacji firmy;
 - zaprezentowania filmu reklamowego firmy na urządzeniach multimedialnych zainstalowanych na stoisku informacyjnym;
 - zorganizowania pokazu/prezentacji oferty firmy na stoisku informacyjnym po wcześniejszym uzgodnieniu wszystkich szczegółów z organizatorem stoiska.