

Program promocji branży budowy i wykańczania budowli – informacja dla przedsiębiorców – wersja z dnia 5.12.2018 r.

I. Informacje o Programie promocji

1. Program promocji branży budowy i wykańczania budowli (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 Przedsiębiorczości i Technologii.
3. W ramach poddziałania 3.3.2 POIR przewidziano wdrażanie inicjatyw promujących całą branżę budowy i wykańczania budowli, 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 punkcie III Programu.
4. Udział mikro, małych i średnich przedsiębiorców¹ (dalej „przedsiębiorcy”) 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 2007²):
 - a) 16.2 Produkcja wyrobów z drewna, korka, słomy i materiałów używanych do wyplatania – z wyłączeniem 16.24.Z;
 - b) 7.11.Z. Produkcja masy włóknistej;
 - c) 17.24.Z. Produkcja tapet;

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. 2007 nr 251 poz. 1885 ze zm.).

- d) 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.;
- e) 20.30.Z. Produkcja farb, lakierów i podobnych powłok, farb drukarskich i mas uszczelniających;
- f) 20.52.Z. Produkcja klejów;
- g) 20.60.Z. Produkcja włókien chemicznych;
- h) 22.19.Z. Produkcja pozostałych wyrobów z gumy;
- i) 22.2. Produkcja wyrobów z tworzyw sztucznych;
- j) 23. Produkcja wyrobów z pozostałych mineralnych surowców niemetalicznych;
- k) 24. Produkcja metali – z wyłączeniem 24.43.Z., 24.46.Z.;
- l) 25. Produkcja metalowych wyrobów gotowych z wyłączeniem maszyn i urządzeń – z wyłączeniem 25.40.Z., 25.71.Z.;
- m) 26. Produkcja komputerów, wyrobów elektronicznych i optycznych – z wyłączeniem 26.2., 26.4., 26.52.Z., 26.6., 26.7., 26.8.;
- n) 27. Produkcja urządzeń elektrycznych;
- o) 28.1. Produkcja maszyn ogólnego przeznaczenia – z wyłączeniem 28.11.Z., 28.13.Z., 28.15.Z.;
- p) 28.2. Produkcja pozostałych maszyn ogólnego przeznaczenia – z wyłączeniem 28.23.Z.;
- q) 32.91.Z. Produkcja mioteł, szczotek, pędzli;
- r) 36.00.Z. Pobór, uzdatnianie i dostarczanie wody
- s) 41. Roboty budowlane związane ze wznoszeniem budynków;
- t) 42. Roboty związane z budową obiektów inżynierii lądowej i wodnej;
- u) 43. Roboty budowlane specjalistyczne;
- v) 71.1. Działalność w zakresie architektury i inżynierii oraz 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 CIDG), 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 2014-2020³.
- 7. Termin realizacji Programu: 1 stycznia 2019 r. – 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 2019 r.
- 9. Do działań promocyjnych, które mogą być finansowane przez przedsiębiorców w ramach poddziałania 3.3.3 POIR zalicza się:

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

- 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 3 działań promocyjnych z listy wskazanej w pkt. 9 (mogą być 3 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.
12. W ramach Programu zostaną zorganizowane narodowe stoiska informacyjno-promocyjne na następujących wydarzeniach:

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

Nazwa wydarzenia	Miejscowość / kraj	Termin wydarzenia
Budma	Polska	2020
Budma	Polska	2021
Budma	Polska	2022
MosBuild / WorldBuild	Rosja	2020
Big5	Zjednoczone Emiraty Arabskie	2020
InterBuild EXPO	Ukraina	2021
BAU	Niemcy	2021
Batimat	Francja	2021

13. W ramach realizacji Programu przedsiębiorca jest zobowiązany do realizacji, co najmniej jednego działania promocyjnego na wybranym przez siebie pozaunijnym rynku perspektywicznym, z rynków wymienionym poniżej:
- a) Azja Południowo-Wschodnia (Japonia, Korea Południowa, państwa Stowarzyszenia Narodów Azji Południowo-Wschodniej ASEAN⁴),
 - 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).

⁴ Filipiny, Indonezja, Malezja, Singapur, Tajlandia, Brunei, Wietnam, Laos, Mjanma, Kambodża.

14. Przedsiębiorca może zrealizować, w ramach programu, więcej niż 3 działania promocyjne z listy określonej w pkt 9.
15. 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.
16. 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 2014-2020⁵. Maksymalna łączna wartość wydatków kwalifikowanych, objętych wsparciem finansowym, nie może przekroczyć kwoty 1 mln zł.
17. Szczegółowe informacje na temat warunków udzielania wsparcia oraz przyjmowania wniosków w ramach poddziałania 3.3.3 PO IR, zostaną opublikowane na stronie internetowej Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, 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, na który misja jest organizowana.
- 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 3 dni na miejscu.
- 1.3. Program misji przygotowuje przedsiębiorca samodzielnie lub we współpracy z innymi podmiotami. Program misji powinien obejmować organizację co najmniej 3 spotkań biznesowych z udziałem potencjalnych kontrahentów. Ponadto program misji wyjazdowej może obejmować dodatkowe elementy takie jak: udział w imprezie targowej, konferencji branżowej, organizację pokazów, prezentacji oraz wizyt w siedzibach (zakładach produkcyjnych) kontrahentów.
- 1.4. Po zakończeniu misji wyjazdowej przedsiębiorca jest zobowiązany przygotować i przedstawić raport z jej przebiegu zawierający co najmniej: opis zakładanych

⁵ Obwieszczenie Ministra Inwestycji i Rozwoju z dnia 11 kwietnia 2018 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Infrastruktury i Rozwoju w sprawie udzielenia przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 (Dz. U. z 2018 r. poz. 871).

i osiągniętych celów misji, program (agendę), listę kontrahentów, z którymi zorganizowano spotkania oraz opis innych aktywności podjętych w ramach misji.

2. Misja przyjazdowa

- 2.1. Przedsiębiorca może zorganizować przyjazdową misję gospodarczą (wizytę studyjną) dla potencjalnych i obecnych kontrahentów działających co najmniej na jednym z rynków perspektywicznych (uczestnicy).
- 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 3 dni na miejscu.
- 2.4. Przedsiębiorca organizujący misję przyjazdową jest zobowiązany przygotować i przedstawić raport z jej przebiegu. Raport powinien zawierać, co najmniej: opis zakładanych i osiągniętych celów misji, program misji oraz dane uczestników.

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 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 Przedsiębiorczości i Technologii, bądź u Operatora Programu.

4. Usługa doradcza

- 4.1. Przedsiębiorca może zakupić jedną usługę doradczą w zakresie przygotowania wejścia na poza unijny rynek perspektywiczny wskazany w pkt. I.11, w związku z udziałem 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.

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 punktach II.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.

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 budowy i wykańczania budowli prowadzone przez Operatora Programu

1. Operatorem programu w zakresie realizacji działań ogólnych promujących branżę budowy i wykańczania budowli będzie podmiot wybrany na podstawie ustawy Prawo zamówień publicznych.
2. Informacja o wyborze wykonawcy programu zostanie zamieszczona na stronie internetowej Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii 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 budowy i wykańczania budowli 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.