

Program promocji branży części samochodowych i lotniczych – informacja dla przedsiębiorców

– wersja z dnia 09.01.2020 r.

I. Informacje o Programie promocji

1. Program promocji branży części samochodowych i lotniczych (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 części samochodowych i lotniczych, 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 przedsiębiorców¹ (zwanymi 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 2007²):
 - 22.11.Z Produkcja opon i dętek z gumy, bieżnikowanie i regenerowanie opon z gumy,
 - 22.19.Z Produkcja pozostałych wyrobów z gumy,
 - 22.22.Z Produkcja opakowań z tworzyw sztucznych,

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.).

- 22.23.Z Produkcja wyrobów dla budownictwa z tworzyw sztucznych,
- 22.29.Z Produkcja pozostałych wyrobów z tworzyw sztucznych,
- 23.12.Z Kształtowanie i obróbka szkła płaskiego,
- 23.19.Z Produkcja i obróbka pozostałego szkła włączając szkło techniczne,
- 23.91.Z Produkcja wyrobów ściernych,
- 24.34.Z Produkcja drutu,
- 24.52.Z Odlewnictwo staliwa,
- 24.53.Z Odlewnictwo metali lekkich,
- 25.50.Z Kucie, prasowanie, wyłaczanie i walcowanie metali; metalurgia proszków,
- 25.61.Z Obróbka metali i nakładanie powłok na metale,
- 25.62.Z Obróbka mechaniczna elementów metalowych,
- 25.91.Z Produkcja pojemników metalowych,
- 25.93.Z Produkcja wyrobów z drutu, łańcuchów i sprężyn,
- 25.99.Z Produkcja pozostałych gotowych wyrobów metalowych, gdzie indziej niesklasyfikowana,
- 26.51.Z Produkcja instrumentów i przyrządów pomiarowych, kontrolnych i nawigacyjnych,
- 26.70.Z Produkcja instrumentów optycznych i sprzętu fotograficznego,
- 27.20.Z Produkcja baterii i akumulatorów,
- 27.33.Z Produkcja sprzętu instalacyjnego,
- 27.40.Z Produkcja elektrycznego sprzętu oświetleniowego,
- 27.90.Z Produkcja pozostałego sprzętu elektrycznego,
- 28.12.Z Produkcja sprzętu i wyposażenia do napędu hydraulicznego i pneumatycznego,
- 28.13.Z Produkcja pozostałych pomp i sprężarek,
- 28.15.Z Produkcja łożysk, kół zębatach, przekładni zębatach i elementów napędowych,
- 28.22.Z Produkcja urządzeń dźwigowych i chwytaków,
- 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,
- 28.99.Z Produkcja pozostałych maszyn specjalnego przeznaczenia, gdzie indziej niesklasyfikowana,
- 29.10.A Produkcja silników do pojazdów samochodowych (z wyłączeniem motocykli) oraz do ciągników rolniczych,
- 29.10.E Produkcja pozostałych pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli,
- 29.20.Z Produkcja nadwozi do pojazdów silnikowych; produkcja przyczep i naczep,
- 29.31.Z Produkcja wyposażenia elektrycznego i elektronicznego do pojazdów silnikowych,
- 29.32.Z Produkcja pozostałych części i akcesoriów do pojazdów silnikowych, z wyłączeniem motocykli,

- 30.30.Z Produkcja statków powietrznych, statków kosmicznych i podobnych maszyn
- 30.91.Z Produkcja motocykli,
- 32.99.Z Produkcja pozostałych wyrobów, gdzie indziej niesklasyfikowana,
- 33.16.Z Naprawa i konserwacja statków powietrznych i statków kosmicznych,
- 45.11.Z Sprzedaż hurtowa i detaliczna samochodów osobowych i furgonetek,
- 45.19.Z Sprzedaż hurtowa i detaliczna pozostałych pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli
- 45.20.Z Konserwacja i naprawa pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli,
- 45.31.Z Sprzedaż hurtowa części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli,
- 45.32.Z Sprzedaż detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli
- 45.40.Z Sprzedaż hurtowa i detaliczna motocykli, ich naprawa i konserwacja oraz sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do nich,
- 46.75.Z Sprzedaż hurtowa wyrobów chemicznych,
- 46.69.Z Sprzedaż hurtowa pozostałych maszyn i urządzeń,
- 51.22.Z Transport kosmiczny,
- 52.23.Z Działalność usługowa wspomagająca transport lotniczy,
- 71.12.Z Działalność w zakresie inżynierii i związane z nią doradztwo techniczne,
- 71.20.B Pozostałe badania i analizy techniczne,
- 72.19.Z Badania naukowe i prace rozwojowe w dziedzinie pozostałych nauk przyrodniczych i technicznych,
- 74.10.Z Działalność w zakresie specjalistycznego projektowania.

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 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 2018 r. poz. 1431, 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 (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
ILA Berlin Show	Niemcy	2020
AAPEX Las Vegas	USA	2020
Paris Air Show	Francja	2021
International Astronautical Congress	Francja	2021
Automechanika Shanghai	Chiny	2021
Automechanika Birmingham	Wielka Brytania	2022
MIMS Automechanika Moskwa	Rosja	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 ASEAN⁶),
 - 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),

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

- e) państwa BRIC (Brazylia, Rosja, Indie, Chiny, Republika Południowej Afryki).
14. Przedsiębiorca może realizować w ramach Programu działania promocyjne mające na celu nawiązanie współpracy z organizacją międzynarodową⁷ lub zagraniczną organizacją pozarządową o zasięgu międzynarodowym⁸ 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 2014-2020⁹. 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 części samochodowych i lotniczych prowadzone przez Operatora Programu

1. Operatorem programu w zakresie realizacji działań ogólnych promujących branżę części samochodowych i lotniczych 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 części samochodowych i lotniczych 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.