

Program promocji branży części samochodowych i lotniczych - informacja dla przedsiębiorców – wersja VI z dnia 06.11.2017 r.

I. Informacje o programie promocji.

Program promocji branży części samochodowych i lotniczych 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 części samochodowych i lotniczych. Program przygotowany został w taki sposób aby zapewnić komplementarność działań podejmowanych na rzecz promocji branży.

II. Adresaci programu promocji.

1. Program skierowany jest do Mikro, Małych i Średnich przedsiębiorców¹ promujących markę produktową przedsiębiorcy, którzy prowadzą działalność gospodarczą w ramach przynajmniej jednej z poniższych kategorii działalności (PKD 2007)²:

- 2211Z - Produkcja opon i dętek z gumy, bieżnikowanie i regenerowanie opon z gumy,
- 2219Z - Produkcja pozostałych wyrobów z gumy,
- 2222Z - Produkcja opakowań z tworzyw sztucznych,
- 2223Z - Produkcja wyrobów dla budownictwa z tworzyw sztucznych,
- 2229Z - Produkcja pozostałych wyrobów z tworzyw sztucznych,
- 2312Z - Kształtowanie i obróbka szkła płaskiego,
- 2319Z - Produkcja i obróbka pozostałego szkła włączając szkło techniczne,
- 2391Z - Produkcja wyrobów ściernych,
- 2434Z - Produkcja metali, produkcja drutów ze stali poprzez ciągnięcie na zimno stalowych prętów,
- 2452Z - Odlewnictwo staliwa,
- 2453Z - Odlewnictwo metali lekkich,
- 2550Z - Kucie, prasowanie, wyłaczanie i walcowanie metali; metalurgia proszków,
- 2561Z - Obróbka metali i nakładanie powłok na metale,
- 2562Z - Obróbka mechaniczna elementów metalowych,
- 2591Z - Produkcja pozostałych maszyn ogólnego przeznaczenia gdzie indziej niesklasyfikowana,

¹ Definicja Mikro, 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.).

- 2593Z - Produkcja wyrobów z drutu, łańcuchów i sprężyn,
- 2599Z - Produkcja pozostałych gotowych wyrobów metalowych, gdzie indziej niesklasyfikowana,
- 2651Z - Produkcja instrumentów i przyrządów pomiarowych, kontrolnych i nawigacyjnych,
- 2670Z - Produkcja instrumentów optycznych i sprzętu fotograficznego,
- 2720Z - Produkcja baterii i akumulatorów,
- 2733Z - Produkcja sprzętu instalacyjnego,
- 2740Z - Produkcja elektrycznego sprzętu oświetleniowego,
- 2790Z - Produkcja pozostałego sprzętu elektrycznego,
- 2812Z - Produkcja sprzętu i wyposażenia do napędu hydraulicznego i pneumatycznego,
- 2813Z - Produkcja pozostałych pomp i sprężarek,
- 2815Z - Produkcja łożysk, kół zębatach, przekładni zębatach i elementów napędowych,
- 2822Z - Produkcja urządzeń dźwigowych i chwytaków,
- 2824Z - Produkcja pozostałych wyrobów, gdzie indziej niesklasyfikowana,
- 2825Z - Produkcja przemysłowych urządzeń chłodniczych i wentylacyjnych,
- 2829Z - Produkcja pojemników metalowych,
- 2899Z - Produkcja pozostałych maszyn specjalnego przeznaczenia, gdzie indziej niesklasyfikowana,
- 2910Z - Produkcja silników do pojazdów samochodowych (z wyłączeniem motocykli) oraz do ciągników rolniczych,
- 2920Z - Produkcja nadwozi do pojazdów silnikowych; produkcja przyczep i naczep,
- 2930Z - Produkcja części i akcesoriów do pojazdów silnikowych,
- 2931Z - Produkcja wyposażenia elektrycznego i elektronicznego do pojazdów silnikowych,
- 2932Z - Produkcja pozostałych części i akcesoriów do pojazdów silnikowych, z wyłączeniem motocykli,
- 3030Z - Produkcja statków powietrznych, statków kosmicznych i podobnych maszyn
- 3091Z - Produkcja motocykli,
- 3299Z - Produkcja narzędzi ręcznych mechanicznych,
- 3316Z - Naprawa i konserwacja statków powietrznych i statków kosmicznych,
- 4510Z - Sprzedaż hurtowa i detaliczna pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli,
- 4520Z - Konserwacja i naprawa pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli,
- 4530Z - Sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli,
- 4531Z - Sprzedaż hurtowa części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli,
- 4540Z - Sprzedaż hurtowa i detaliczna motocykli, ich naprawa i konserwacja oraz sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do nich,
- 4675Z – Sprzedaż hurtowa wyrobów chemicznych,
- 4669Z - Sprzedaż hurtowa pozostałych maszyn i urządzeń,
- 5223Z - Działalność usługowa wspomagająca transport lotniczy,

- 7112Z - Działalność w zakresie inżynierii i związane z nią doradztwo techniczne,
- 7219Z - Badania naukowe i prace rozwojowe w dziedzinie pozostałych nauk przyrodniczych i technicznych,
- 7410Z - Działalność w zakresie specjalistycznego projektowania,
- 2910E - Produkcja pozostałych pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli,
- 2910D - Produkcja nadwozi do pojazdów silnikowych; produkcja przyczep i naczep,
- 7120B - Pozostałe badania i analizy techniczne.
- 1392Z - Produkcja gotowych wyrobów tekstylnych,
- 1412Z - Produkcja odzieży roboczej,
- 1920Z - Wytwarzanie i przetwarzanie produktów rafinacji ropy naftowej,
- 2016Z - Produkcja tworzyw sztucznych w formach podstawowych,
- 2030Z - Produkcja farb, lakierów i podobnych powłok, farb drukarskich i mas uszczelniających,
- 2041Z - Produkcja mydła i detergentów, środków myjących i czyszczących,
- 2042Z - Produkcja wyrobów kosmetycznych i toaletowych,
- 2053Z - Produkcja olejków eterycznych,
- 2059Z - Produkcja pozostałych wyrobów chemicznych, gdzie indziej niesklasyfikowanych.

2. Termin realizacji programu – 10 lutego 2017 r. – 31 grudnia 2019 r.

III. 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 z późn. zm.). 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, zostaną zamieszczone na stronie internetowej Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości w dniu ogłoszenia konkursu.

IV. Działania promocyjne przewidziane w programie promocji dla przedsiębiorców.

A. Zakres obowiązkowych działań promocyjnych:

1. Przedsiębiorca zobowiązany jest wybrać przynajmniej jeden z poniższych pozaunijnych rynków perspektywicznych, który będzie zgodny ze strategią ekspansji firmy:
 - a) Chiny,
 - b) Australia,
 - c) Rosja,
 - d) Stany Zjednoczone Ameryki Północnej (USA),
 - e) Kanada,

- f) Meksyk,
- g) Republika Południowej Afryki (RPA).

2. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, zobowiązany jest do wzięcia udziału w charakterze wystawcy w przynajmniej czterech (4) działaniach targowych, o których mowa poniżej, 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 wybranym przez przedsiębiorcę z określonych w pkt IV.A.1, w ramach których zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne.

Tabela nr 1. Wykaz targów branżowych organizowanych na rynkach perspektywicznych.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
1.	AVALON - Australian International Aerospace & Defence Exposition	Geelong, Australia	Luty/marzec 2019	2019
2.	Australian Auto Aftermarket Expo	Melbourne, Australia	Kwiecień 2019	
3.	MIMS Automechanika	Moskwa, Rosja	Sierpień 2018, 2019	2018
4.	Autocomplex	Moskwa, Rosja	Listopad 2018, 2019	
5.	Automechanika Sankt Petersburg	Stankt Petersburg, Rosja	Marzec 2019	2019
6.	Automechanika Shanghai	Szanghaj, Chiny	Listopad/grudzień 2018, 2019	2018
7.	Automechanika South Africa	Johannesburg, RPA	Wrzesień 2018, 2019	2019
8.	INA PAACE Automechanika Mexico City	Meksyk	Czerwiec 2018, 2019	2018
9.	Automotive Aftermarket Industry And Tuning Trade Fair	Meksyk	Czerwiec 2018, 2019	
10.	Automotive Aftermarket Industry Week (AAIW)	Las Vegas, USA	Listopad 2018, 2019	
11.	AAPEX	Las Vegas, USA	Listopad 2018, 2019	2018, 2019
12.	SEMA Show	Las Vegas, USA	Listopad 2018, 2019	
13.	BigR Rematec	Las Vegas, USA	Październik 2018, 2019	
14.	Automechnika Chicago	Chicago, USA	Lipiec 2019	

15.	Unmanned Canada	Kanada	Listopad 2018, 2019	2018, 2019
16.	Canadian International Airshow	Toronto, Kanada	Wrzesień 2018, 2019	
17.	Aerospace & Defense Supplier Summit	Seattle, USA	2018	2018
18.	Aeromart	Montreal, Kanada	Kwiecień 2019	2019

Tabela nr 2. Wykaz targów branżowych organizowanych na rynkach zagranicznych poza UE.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
1.	Automechanika Dubai	Dubaj, ZEA	Maj 2018, 2019	
2.	SIA Autotech Service	Ukraina	Maj 2018, 2019	
3.	EquipAuto	Algier, Algieria	Marzec 2018, 2019	
4.	Iran Motor Show	Meszhed, Iran	Kwiecień 2018, 2019	
5.	IAP – Auto Parts International Exhibition	Teheran, Iran	Listopad 2018, 2019	
6.	International Aviation & Space Industries Exhibition of Iran	Teheran, Iran	2018	
7.	Singapore Air Show	Singapur	2018	
8.	Automechnika Istanbul	Stambuł, Turcja	Kwiecień 2018, 2019	
9.	HLS and Cyber Conference	Tel Awiw, Izrael	Listopad 2018, 2019	
10.	International Israel Autonomous and Unmanned Systems Conference	Izrael	2018	2018
11.	The Commercial UAV Show Asia	Singapur	Wrzesień 2018, 2019	
12.	Unmanned Systems Conference & Exhibition India	New Delhi, Indie	Listopad 2018, 2019	
13.	Automec	Sao Paulo, Brazylia	Kwiecień 2019	

Tabela nr 3. Wykaz targów branżowych organizowanych na rynkach UE.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
1.	Equip Auto	Paryż, Francja	październik 2019	
2.	Paris Air Show	Paryż, Francja	czerwiec 2019	
3.	ILA Berlin Air Show - International Aerospace Exhibition	Berlin, Niemcy	2018	
4.	Automechanika Frankfurt	Frankfurt, Niemcy	2018	
5.	Automechanika Birmingham	Birmingham, Wlk. Brytania	czerwiec 2018, 2019	
6.	Rematec	Amsterdam, Holandia	czerwiec 2018, 2019	
7.	Autopromotec	Bolonia, Włochy	maj 2018, 2019	
8.	Targi Techniki Motoryzacyjnej – TTM	Poznań, Polska	2018	
9.	Międzynarodowy Salon Przemysłu Obronnego - MSPO	Kielce, Polska	wrzesień 2018, 2019	

- Przedsiębiorca biorący udział w programie zobowiązany jest do zakupu przynajmniej jednej (1) usługi doradczej w zakresie przygotowania wejścia na rynki perspektywiczne wymienione w ramach pkt IV.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).
Przedsiębiorca może zakupić jedną usługę doradczą niezależnie od liczby wybranych rynków perspektywicznych określonych w pkt. IV.A.1, która może dotyczyć przygotowania wejścia na jeden lub więcej wybranych rynków perspektywicznych.
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.
- Przedsiębiorca, w trakcie całego programu, niezależnie od liczby wybranych rynków perspektywicznych z określonych w pkt. IV.A.1, zobowiązany jest do wzięcia udziału w przynajmniej dwóch (2) działaniach z pkt. B, przy czym co najmniej 2 działania muszą dotyczyć wskazanych przez przedsiębiorcę pozaunijnych rynków perspektywicznych określonych w pkt IV.A.1.
Przedsiębiorca może wziąć udział w dwóch działaniach tego samego rodzaju, o których mowa w pkt. B jeśli program nie ogranicza takiej możliwości.
- Przedsiębiorca, do dnia złożenia wniosku o dofinansowanie powinien zarejestrować i zweryfikować swoją firmę na [Portal Promocji Eksportu](#).

B. Zakres wymaganych rodzajów działań promocyjnych:

1. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość zakupu jednej (1) usługi szkoleniowej w zakresie umiędzynarodowienia przedsiębiorcy na rynkach perspektywicznych wymienionych w ramach pkt IV.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, może wziąć udział w maksymalnie dwóch (2) grupowych wyjazdowych misjach gospodarczych, których celem jest rozpoznanie rynku, nawiązanie kontaktów biznesowych, wymiana doświadczeń, co doprowadzić powinno do nawiązania współpracy handlowej.
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 3 przedsiębiorców, trwającego nie dłużej niż 3 dni na miejscu i być związana z udziałem w międzynarodowym wydarzeniu branżowym, o których mowa w pkt. IV. A.2 tabeli 1 i 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 operatorowi programu promocji w celach informacyjnych.

Wyjazdowa grupowa misja gospodarcza może być zorganizowana samodzielnie przez przedsiębiorcę.

3. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość organizacji indywidualnej misji gospodarczej do wskazanego przez przedsiębiorcę pozaunijnego rynku perspektywicznego z krajów wymienionych w pkt. IV.A.1. W ramach misji możliwe jest wzięcie udziału w międzynarodowym wydarzeniu branżowym wskazanym w tabeli 1 w pkt. IV.A.2. Misja powinna mieć charakter indywidualnego wyjazdu przedsiębiorcy, trwającego nie dłużej niż 3 dni na miejscu.
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 operatorowi programu promocji w celach informacyjnych.
4. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu może zorganizować maksymalnie 6 przyjazdowych misji gospodarczych (wizyt studyjnych) dla dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą części samochodowych i lotniczych, których celem jest prezentacja produktu oraz organizacja pokazu. Misja gospodarcza przyjazdowa może zostać zorganizowana wyłącznie dla dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą części samochodowych i lotniczych

pochodzących z krajów, o których mowa w pkt IV.A.1³. Misja gospodarcza musi obejmować prezentację firmy przedsiębiorcy, organizację pokazu bądź prezentację produktu. Misja nie powinna trwać dłużej niż 3 dni na miejscu.

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 jest przedstawiany operatorowi branżowego programu promocji w celach informacyjnych.

C. Zakres uzupełniających rodzajów działań promocyjnych:

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 MPG⁵;
- 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, 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 [Portal Promocji Eksportu](#) i stronie [Ministerstwa Rozwoju](#) bądź możliwe do pozyskania u operatora branżowego programu promocji.

V. Działania promocyjne ogólne promujące całą branżę.

1. Operator branżowego programu promocji części samochodowych i lotniczych zostanie wybrany przez Ministerstwo Rozwoju zgodnie z ustawą Prawo zamówień publicznych. Informacja o wyborze operatora zostanie zamieszczona na stronie internetowej [Ministerstwa](#) i [Portal Promocji Eksportu](#). Przedsiębiorcy, zachowując zasadę konkurencyjności, mogą korzystać z usług operatora w zakresie organizacji działań przeznaczonych dla przedsiębiorców.
2. W ramach działań ogólnych promujących branżę zaplanowano:
 - a) organizację wizyt studyjnych dla zagranicznych kontrahentów,
 - b) organizację wizyt studyjnych dla zagranicznych dziennikarzy,

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).

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 Panel promocyjny Marki Polskiej Gospodarki stanowi obowiązkowy element stoiska wystawienniczego.

- c) reklamę w katalogu targowym,
- d) 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;
 - możliwość korzystania z usług informacyjnych obsługi stoiska informacyjnego o produktach i lokalizacji firmy;
 - możliwość zaprezentowania filmu reklamowego firmy na urządzeniach multimedialnych zainstalowanych na stoisku informacyjnym, po wcześniejszym uzgodnieniu wszystkich szczegółów z organizatorem stoiska informacyjnego;
 - możliwość zorganizowania pokazu/prezentacji oferty firmy na stoisku informacyjnym, po wcześniejszym uzgodnieniu wszystkich szczegółów z organizatorem stoiska informacyjnego.