

Program promocji branży usług prozdrowotnych - informacja dla przedsiębiorców

I. Informacje o programie promocji.

Program promocji branży usług prozdrowotnych 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 usług prozdrowotnych. Program promocji przygotowany został w taki sposób aby zapewnić komplementarność działań podejmowanych na rzecz promocji polskiego sektora usług prozdrowotnych.

II. 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 2007ii):
 - a. 79 DZIAŁALNOŚĆ ORGANIZATORÓW TURYSTYKI, POŚREDNIKÓW I AGENTÓW TURYSTYCZNYCH ORAZ POZOSTAŁA DZIAŁALNOŚĆ USŁUGOWA W ZAKRESIE REZERWACJI I DZIAŁALNOŚCI Z NIĄ ZWIĄZANE
 - 79.1 Działalność agentów i pośredników turystycznych oraz organizatorów turystyki
 - 79.9 Pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalności z nią związane
 - b. 55 ZAKWATEROWANIE
 - 55.1 Hotele i podobne obiekty zakwaterowania
 - 55.2 Obiekty noclegowe turystyczne i miejsca krótkotrwałego zakwaterowania
 - 55.9 Pozostałe zakwaterowanie
 - c. 86 OPIEKA ZDROWOTNA
 - 86.9 Pozostała działalność w zakresie opieki zdrowotnej

- 86.10.Z – Działalność szpitali,
- 86.21.Z – Praktyka lekarska ogólna
- 86.22.Z – Praktyka lekarska specjalistyczna
- 86.23.Z – Praktyka lekarska dentystyczna
- 86.90.A Działalność fizjoterapeutyczna
- 86.90.D Działalność paramedyczna
- 86.90.E Pozostała działalność w zakresie opieki zdrowotnej, gdzie indziej niesklasyfikowana

2. Termin realizacji programu – 25 czerwiec 2016 r – 30 czerwiec 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). Maksymalna łączna wartość wydatków kwalifikowanych, objętych wsparciem finansowym, nie może przekroczyć kwoty 1 mln zł.

Przewidziana intensywność wsparcia dla wydatków kwalifikowanych w postaci pomocy *de-minimis*ⁱⁱⁱ w projekcie jest następująca:

- 60% dla średniego przedsiębiorstwa
- 75% dla małego przedsiębiorstwa
- 80% dla mikroprzedsiębiorstwa z woj. mazowieckiego
- 85% dla pozostałych mikroprzedsiębiorstw.

Szczegółowych informacji nt. trybu udzielania wsparcia oraz warunków przyjmowania wniosków w ramach poddziałania 3.3.3 PO IR, udziela Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.

IV. Działania promocyjne przewidziane w programie promocji dla przedsiębiorców.

A. Zakres działań obligatoryjnych, w których muszą wziąć udział przedsiębiorcy korzystający z programu

1. Przedsiębiorca zobowiązany jest wybrać przynajmniej jeden z poniższych pozaunijnych rynków perspektywicznych, który będzie zgodny ze strategią ekspansji firmy:
 - a. Rosja,
 - b. Ukraina,
 - c. Norwegia,
 - d. Stany Zjednoczone Ameryki Północnej,
 - e. Zjednoczone Emiraty Arabskie.

2. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, zobowiązany jest do wzięcia udziału w charakterze wystawcy w przynajmniej 4 działaniach targowych, o których mowa poniżej, przy czym przynajmniej 3 z tych działań stanowić powinny imprezy targowe, w ramach których zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne, w tym min. 1 na targach na rynku/rynkach wybranym w ramach ust. 1 (nie dotyczy Norwegii).

Wykaz najważniejszych targów branżowych, które odbywają się na rynkach pozaunijnych, rekomendowanych dla polskich przedsiębiorstw świadczących usługi prozdrowotne.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
	ROSJA			
1.	MITT Moscow/INTERMED	Moskwa	marzec 2017 marzec 2018 marzec 2019	Marzec 2017 Marzec 2018
2.	Health and Medical Tourism	St. Petersburg	12-14 października 2016 październik 2017 październik 2018	
3.	Medicine and Cosmetology	Kaliningrad	15-17 września 2016 październik 2017 październik 2018	Październik 2017 Październik 2018
	UKRAINA			
4.	International dental exhibition „Dental- Ukraine”	Lwów	2-4 listopada 2016 październik/listopad 2017 październik/listopad 2018	
5.	SPA&Wellness – Healthcare Travel Expo	Kijów	kwiecień 2017 kwiecień 2018 kwiecień 2019	
6.	Medical Travel and Exhibition and Conference	Kijów	4-6 października 2016 październik 2017 październik 2018	Październik 2017 Październik 2018
	Norwegia			
7.	Reiselivsmessen	Oslo	II połowa stycznia 2017 styczeń 2018 styczeń 2019	
	ZJEDNOCZONE EMIRATY ARABSKIE			
8.	ATM (Arabian Travel Market)	Dubaj	kwiecień 2017 kwiecień 2018 kwiecień 2019	
9.	The International Medical Travel	Dubaj	9-10 października 2016 październik 2017	Październik 2017 Październik 2018

	Exhibition and Conferences IMTEC		październik 2018	
	STANY ZJEDNOCZONE			
10.	World Medical Tourism & Global Healthcare Congress	Waszyngton	25-29 września 2016 wrzesień 2017 w wrzesień 2018	Wrzesień 2017 Wrzesień 2018

	KUWEJT			
1.	Kuwait Medical Tourism	Kuwejt City	marzec 2017 marzec 2018 marzec 2019	
	ARABIA SAUDYJSKA			
2.	Saudi Medical Tourism	Rijad	styczeń 2017 styczeń 2018 styczeń 2019	
	OMAN			
3.	ELAJ (International Health & Medical Treatment Expo)	Muskat	marzec 2017 marzec 2018 marzec 2019	
	AZERBEJDŻAN			
5.	BIHE Healthcare Exhibition	Baku	19-21 września 2016 wrzesień 2017 wrzesień 2018	
	KAZACHSTAN			
6.	Astana Zdorovie Healthcare Exhibition	Astana	2-5 listopada 2016 listopad 2017 listopad 2018	
7.	KIHE Healthcare Exhibition	Ałmaty	maj 2017 maj 2018 maj 2019	

Wykaz branżowych targów o znaczeniu międzynarodowym, rekomendowanych dla polskich przedsiębiorstw świadczących usługi prozdrowotne, odbywających się na terenie UE.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
	WIELKA BRYTANIA			
1.	Professional Spa & Wellness	Londyn	luty 2017 luty 2018 luty 2019	
2.	The Health Tourism Show	Londyn	11-13 lipca 2016	
3.	The Health Tourism	Głogow	25-26 listopada 2016	

	Show			
4.	The Health Tourism Show	Birmingham	25-27 lutego 2017	
5.	WTM World Travel Market	Londyn	7-9 listopada 2017 listopad 2018	Listopad 2017 Listopad 2018
SZWECJA				
6.	Senior massan	Malmö	kwiecień 2017 kwiecień 2018 kwiecień 2019	
7.	Seniormassan	Sztokholm	październik 2016 październik 2017 październik 2018	październik 2017 październik 2018
DANIA				
8.	Health & Rehab Scandinavia	Kopenhaga	maj 2017 maj 2018 maj 2019	
AUSTRIA				
9.	Gesund & Wellness	Linz	14-16 października 2016 październik 2017 październik 2018	
10.	Gesund & Wellness	Tulln	4-6 listopada 2016 listopad 2017 listopad 2018	
11.	Vital Plus	Wiedeń	9-12 listopada 2016 listopad 2017 listopad 2018	
12.	Global Summit Wellness	Tyrol	17-19 października 2016 październik 2017 październik 2018	
NIEMCY				
13.	ITB Internationale Tourismus-Börse	Berlin	marzec 2017 marzec 2018 marzec 2019	marzec 2018 marzec 2019
14.	Medica Düsseldorf	Düsseldorf	listopad 2016 listopad 2017 listopad 2018	

- Przedsiębiorca, w trakcie całego programu, zobowiązany jest do wzięcia udziału w przynajmniej 2 działaniach o których mowa w pkt B, przy czym działania te muszą dotyczyć pozaunijnych rynków perspektywicznych określonych w pkt 1,
- Przedsiębiorca, do dnia złożenia wniosku o dofinansowanie powinien zarejestrować i zweryfikować swoją firmę na portalu trade.gov.pl.

B. Zakres działań fakultatywnych, w których mogą wziąć udział przedsiębiorcy korzystający z programu:

1. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, może wziąć udział w max 2 wyjazdowych misjach gospodarczych, z listy podanej poniżej, których celem jest rozpoznanie rynku, nawiązanie kontaktów biznesowych, wymiana doświadczeń, co doprowadzić powinno do nawiązania współpracy handlowej. Wyjazdowa misja gospodarcza przedsiębiorcy stanowi działanie promocyjne, mające charakter grupowego wyjazdu minimum 4 przedsiębiorców i musi obejmować udział w co najmniej 2 spotkaniach b2b oraz organizację pokazu lub prezentacji. Czas trwania misji nie może przekroczyć 3 dni.

Przedsiębiorcy organizujący wspólne wyjazdową misję gospodarczą są zobowiązani przedstawić program misji wraz z programem spotkań b2b (podając dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów) POT.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce targów	termin
1.	International Dental Fair	Lwów / Ukraina	Październik 2017 Październik 2018
2.	Reiselivesmessen	Oslo / Norwegia	Styczeń 2017 Styczeń 2018

2. Przedsiębiorca, biorący udział w programie, ma możliwość organizacji indywidualnej misji gospodarczej do krajów wymienionych w pkt. 1, przy czym misja taka nie powinna trwać dłużej niż 3 dni na miejscu i obejmować minimum 2 spotkania b2b lub/i organizację pokazu lub prezentacji dla kontrahentów. Przedsiębiorcy organizujący wyjazdową misję gospodarczą są zobowiązani przedstawić program misji wraz z programem spotkań b2b (podając dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów) POT.
3. Przedsiębiorca, biorący udział w programie, ma możliwość organizacji przyjazdowych misji gospodarczych dla kontrahentów i dziennikarzy z krajów o których mowa w pkt.1. Przedsiębiorca organizujący przyjazdową misję gospodarczą jest zobowiązany przedstawić program misji (podając dane kontaktowe uczestników misji) POT. Przedsiębiorca zobowiązuje się, że dziennikarz uczestniczący w misji opublikuje w reprezentowanym przez siebie czasopiśmie, stronie internetowej, artykuł będący wynikiem uczestniczenia w misji.
4. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość zakupu usługi szkoleniowej w zakresie umiędzynarodowienia przedsiębiorcy na rynkach wybranych w ramach pkt 1., której wartość stanowić może maksymalnie 2 % wartości projektu.
5. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość zakupu usługi doradczej w zakresie przygotowania strategii wejścia na rynki międzynarodowe z wykorzystaniem instrumentów określonych programem, której wartość stanowić może maksymalnie 5 % wartości projektu.

6. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość realizacji działań informacyjno – promocyjnych obejmujących: produkcję i dystrybucję materiałów promocyjnych, produkcję reklam i filmów promocyjnych, w tym w internecie, itp. (cały katalog działań zamieszczony jest w Regulaminie konkursu).
7. Przedsiębiorca może prowadzić działania określone w pkt 2 – 7, także na rynku białoruskim.

VI. Działania promocyjne ogólne promujące całą branżę usług prozdrowotnych.

Wykonawcą programu w zakresie realizacji działań ogólnych promujących polską branżę usług prozdrowotnych jest Polska Organizacja Turystyczna. Przedsiębiorcy, zachowując zasadę konkurencyjności, mogą korzystać z usług Polskiej Organizacji Turystycznej w zakresie organizacji działań przeznaczonych dla przedsiębiorców.

W ramach działań ogólnych promujących polską branżę usług prozdrowotnych zaplanowano:

- organizację wizyt studyjnych dla zagranicznych kontrahentów,
- organizację wizyt studyjnych dla zagranicznych dziennikarzy,
- współpracę z branżową agencją PR mającą na celu budowanie wizerunku i rozpoznawalności marki Polska jako atrakcyjnej destynacji usług prozdrowotnych ,
- reklamy i publikacje w zagranicznej prasie branżowej nt. Polski – kraju/miejsca na świecie jako celu podróży dla skorzystania z usług prozdrowotnych na wysokim poziomie,
- 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 zamieszczenia reklamy firmy wraz z lokalizacją stoiska wystawienniczego w katalogu informacyjnym wydawanym na dane targi przez Ministerstwo Rozwoju;
 - 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;
 - możliwość zorganizowania pokazu/prezentacji oferty firmy na stoisku informacyjnym.

ⁱ Definicja Małego i Średniego przedsiębiorcy jest określona Ustawą z dnia 4 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. 2013.672). Zawarte w polskiej ustawie definicje odzwierciedlają przepisy Rozporządzenia Komisji (WE) 70/2001 z dnia 12 stycznia 2001 r. w sprawie zastosowania art. 87 i 88 Traktatu WE w odniesieniu do pomocy państwa dla małych i średnich przedsiębiorstw (następnie zmienionego Rozporządzeniem 364/2004 WE z dnia 25 lutego 2005 r.), a w szczególności przepisy Załącznika nr 1 do tegoż Rozporządzenia.

ⁱⁱ 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.)

ⁱⁱⁱ Zasady udzielania pomocy de minimis określa Rozporządzenie Komisji (UE) Nr 1407/2013 z dnia 18 grudnia 2013 r. w sprawie stosowania art. 107 i 108 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do pomocy de minimis (Dz. Urz. UE L 352 z 24.12.2013).