

Program promocji branży kosmetycznej - informacja dla przedsiębiorców

I. Informacje o programie promocji.

Program promocji branży kosmetycznej 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 kosmetyczną. Program promocji przygotowany został w taki sposób aby zapewnić komplementarność działań podejmowanych na rzecz promocji polskiego sektora kosmetycznego.

II. Adresaci programu promocji.

1. Program skierowany jest do Mikro, Małych i Średnich przedsiębiorcówⁱ, którzy prowadzą działalność gospodarczą w ramach przynajmniej jednej z poniższych kategorii działalności (PKD 2007ii):
 - a. 20.42.Z – Produkcja wyrobów kosmetycznych i toaletowych
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. Zjednoczone Emiraty Arabskie,
 - b. Ukraina,
 - c. Rosja,
 - d. Japonia
 - e. Turcja
 - f. Indonezja
 - g. Chiny
 - h. Korea
2. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, zobowiązany jest do wzięcia udziału w charakterze wystawcy w przynajmniej 9 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 .

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
1.	Cosmoprof Bolonia	Bolonia, Włochy	marzec 2017, 2018, 2019	Organizacja stoiska narodowego w każdej edycji
2.	BeautyWorld Middle East	Dubaj, ZEA	maj 2017, 2018, 2019	Organizacja stoiska narodowego w każdej edycji
3.	Cosmoprof Asia	Hongkong	, 2017, 2018	Organizacja stoiska narodowego w każdej edycji
4.	Intercharm	Moskwa, Rosja	październik 2016, 2017, 2018	

5.	Intercharm Ukraine	Kijów, Ukraina	wrzesień 2016, 2017, 2018	
6.	Cosmoprof North America	Las Vegas, USA	lipiec 2016, 2017, 2018	
7.	Cosme Tokyo	Tokyo, Japonia	styczeń 2017,2018,2019	
8.	Cosmobeaute Indonesia	Dżakarta, Indonezja	październik 2016,2017,2018	
9.	Cosmobeauty	Seul, Korea	kwiecień 2017,2018,2019	
10.	Professional Beauty	Johannesburg, RPA	sierpień 2016,2017,2019	
11.	Saudi Health&Beauty	Jeddah, Arabia Saudyjska	listopad 2016,2017,2018	
12.	Beauty Eurasia	Turcja, Istambuł	kwiecień 2017,2018,2019	
13.	China Beauty Expo	Szanghaj, Chiny	Maj 2017,2018,2019	
14.	Beyond Beauty ASEAN	Tajlandia, Bangkok	Wrzesień 2016,2017,2018	

- 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 biorący udział w programie ma możliwość zakupu usługi szkoleniowej w zakresie umiędzynarodowienia przedsiębiorcy na rynkach wybranych w ramach pkt A 1., której wartość stanowić może maksymalnie 2 % wartości projektu.
2. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość zakupu usługi doradczej w zakresie przygotowania strategii wejścia na rynki międzynarodowe wymienione w pkt. A 1 z wykorzystaniem instrumentów określonych programem, której wartość stanowić może maksymalnie 5 % wartości projektu.
3. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość realizacji działań informacyjno – promocyjnych, w ramach których refundowane będą np.: koszty produkcji i dystrybucji materiałów promocyjnych, produkcji reklam i filmów promocyjnych (cały katalog działań zamieszczony jest w Regulaminie konkursu).
4. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość organizacji indywidualnej misji gospodarczej/handlowej do krajów, o których mowa w pkt A 1, przy czym misja taka nie powinna trwać dłużej niż 3 dni na miejscu i powinna obejmować minimum: spotkanie/a z minimum 2 kontrahentami oraz 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) Realizatorowi branżowego programu promocji.
5. Przedsiębiorca, biorący udział w programie, ma możliwość organizacji przyjazdowych misji gospodarczych dla dealerów, kontrahentów i dziennikarzy z krajów o których mowa w pkt. A 1. Przedsiębiorca organizujący przyjazdową misję gospodarczą jest zobowiązany przedstawić program misji (podając dane kontaktowe uczestników misji) Realizatorowi branżowego programu promocji.

Przedsiębiorca zobowiązuje się, że dziennikarz uczestniczący w misji opublikuje w reprezentowanym przez siebie czasopiśmie, portalu internetowym, artykuł będący wynikiem uczestniczenia w misji.

VI. Działania promocyjne ogólne promujące całą branżę kosmetyczną.

1. Wykonawcą programu w zakresie realizacji działań ogólnych promujących polską branżę kosmetyczną będzie podmiot wybrany na podstawie ustawy Prawo zamówień publicznych. 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 polską branżę kosmetyczną zaplanowano:
 - współpracę z branżową agencją PR mającą na celu budowanie wizerunku i rozpoznawalności polskich marek kosmetycznych,

- reklamy i publikacje w zagranicznej prasie branżowej nt. polskiej branży kosmetycznej,
- 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)