

Program promocji branży meblarskiej - informacja dla przedsiębiorców

I. Informacje o programie promocji.

Program promocji branży meblarskiej 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 meblarską. Program promocji przygotowany został w taki sposób aby zapewnić komplementarność działań podejmowanych na rzecz promocji polskiego sektora meblarskiego.

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. 31.0 - produkcja mebli
 - b. 74.1 - działalność w zakresie specjalistycznego projektowania
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. Chiny,
 - b. Zjednoczone Emiraty Arabskie
 - c. USA,
 - d. Turcja,
 - e. Rosja,
 - f. Kazachstan,
 - g. Indie

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 .

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
1.	Shenzhen International Furniture Exhibition	Shenzhen	Marzec 2017, 2018, 2019	
2.	China International Furniture Fair Shanghai	Szanghaj	Wrzesień 2016, 2017, 2018	Wrzesień 2018 – organizacja ok. 50 m ² stoiska informacyjnego
3.	Ismob Istanbul Furniture Fair (TBC)	Stambuł	Styczeń 2017, 2018, 2019	Styczeń 2018 – organizacja ok 50 m ² stoiska informacyjnego

4.	Index	Dubaj	Maj 2017, 2018, 2019	Maj 2019 – organizacja ok. 80 m ² stoiska informacyjnego wraz ze strefą spotkań, centrum prasowym oraz konferencji poświęconej polskiej branży meblarskiej
5.	International Contemporary Furniture Fair	Nowy Jork	Maj 2017, 2018, 2019	Maj 2018 – organizacja ok. 50 m ² stoiska informacyjnego wraz ze strefą spotkań, centrum prasowym oraz seminarium poświęconego polskiej branży meblarskiej
6.	Las Vegas Market. Furniture, Home Décor, Gift	Las Vegas	Sierpień 2016, Styczeń oraz przełom Lipca i Sierpnia 2017, 2018	
7.	Inno Design Tech Expo	Hongkong	Grudzień 2017, 2018, 2019	
8.	Homedeco	Kazachstan	Marzec 2017, 2018, 2019	
9.	Mebel: Furniture, Fittings and Upholstery	Moskwa	Listopad 2016, 2017, 2018	
10.	IMM Cologne	Kolonia	Styczeń 2017, 2018, 2019	<p>Styczeń 2017 – organizacja ok. 100 m² stoiska informacyjnego wraz ze strefą spotkań, centrum prasowym oraz seminarium poświęconego polskiej branży meblarskiej</p> <p>Styczeń 2018 – organizacja . 100 m² stoiska informacyjnego wraz ze strefą spotkań, centrum prasowym oraz seminarium poświęconego polskiej branży meblarskiej</p> <p>Styczeń 2019 – organizacja ok. 100 m² stoiska informacyjnego wraz ze strefą spotkań, centrum prasowym</p>
11.	Ambiente - Messe Frankfurt	Frankfurt	Luty 2017, 2018, 2019	

12.	Stockholm Furniture and Light Fair	Sztokholm	Luty 2017, 2018, 2019	Luty 2018 – organizacja ok. 50 m ² stoiska informacyjnego wraz ze strefą spotkań, centrum prasowym
13.	iSaloni. Salone Internazionale del Mobile	Mediolan	Kwiecień 2017, 2018, 2019	Kwiecień 2017 – organizacja ok. 100 m ² stoiska informacyjnego wraz ze strefą spotkań, centrum prasowym oraz seminarium poświęconego polskiej branży meblarskiej ----- Kwiecień 2018 – organizacja ok. 100 m ² stoiska informacyjnego wraz ze strefą spotkań, centrum prasowym oraz seminarium poświęconego polskiej branży meblarskiej ----- Kwiecień 2019 – organizacja ok. 100 m ² stoiska informacyjnego wraz ze strefą spotkań
14.	Northmodern (poprzednio: Design Trade Copenhagen)	Kopenhaga	Sierpień 2016, 2017, 2018	
15.	Maison et Objet	Paryż	Wrzesień 2016, Styczeń i Wrzesień 2017, 2018	
16.	ORGATEC, New Visions of Work	Kolonia	Październik 2016, 2018,	
17.	January Furniture Show	Birmingham	Styczeń 2017, 2018, 2019	Styczeń 2017 – organizacja ok. 50 m ² stoiska informacyjnego wraz ze strefą spotkań, centrum prasowym
18.	M.O. W.	Bad Salzflun	Wrzesień 2016, 2017, 2018	
19.	India Furniture Expo (TBC)	Mumbai	Sierpień 2016, 2017, 2018	
20.	100% Design	Londyn	Wrzesień 2016, 2017, 2018	

3. 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 IV.A.1.

4. 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 perspektywicznych wybranych w ramach pkt IV.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 perspektywiczne wybrane w ramach pkt IV.A.1 z wykorzystaniem instrumentów określonych programem, której wartość stanowić może maksymalnie 5 % wartości projektu.
3. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, ma możliwość wzięcia udziału w wyjazdowych misjach gospodarczych, których celem jest rozpoznanie rynku, nawiązanie kontaktów biznesowych, wymiana doświadczeń, co doprowadzić powinno do nawiązania współpracy handlowej. Program ewentualnej 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 i być związana z udziałem w międzynarodowym wydarzeniu branżowym, o których mowa w pkt. IV. A.2 lub poniżej.

Przedsiębiorcy organizujący wspólnie wyjazdową misję gospodarczą są zobowiązani przedstawić program misji wraz z programem spotkań b2b (podając dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów) Instytutowi Adama Mickiewicza.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów
1.	Blickfang	Bazylea, Hamburg, Monachium, Stuttgart, Wiedeń, Zurych	maj 2017, 2018, listopad 2016,2017, 2018, kwiecień 2017, 2018, marzec 2017, 2018, październik 2016,2017, 2018, listopad 2016, 2017, 2018
2.	ISH Frankfurt	Frankfurt	marzec 2017, 2018, 2019
3.	IFFT Interiorlifestyle Living	Tokio	czerwiec 2017, 2018, listopad 2016, 2017, 2018
4.	Furniture Interior	Kazachstan	czerwiec 2017, 2018
5.	Consum Expo	Moskwa	listopad 2016, 2017, 2018
6.	Medex	Teheran	styczeń 2017, 2018
7.	Kievinteriors	Kijów	marzec 2017, 2018

8.	Maja House Apartament	Łotwa	październik 2016, 2017, 2018
----	-----------------------	-------	---------------------------------

4. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu może zorganizować max. 6 przyjazdowych misji gospodarczych (wizyt studyjnych) dla dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą meblarską, których celem jest prezentacja produktu oraz organizacja pokazu.

Misja gospodarcza przyjazdowa może zostać zorganizowana wyłącznie dla dilerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą meblarską pochodzących z krajów, o których mowa w pkt IV.A.1. Misja gospodarcza musi obejmować prezentację firmy przedsiębiorcy, organizację pokazu bądź prezentację produktu. Czas trwania misji gospodarczej nie może przekroczyć 3 dni.

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

Przedsiębiorca organizujący przyjazdową misję gospodarczą jest zobowiązany do skonsultowania uczestników misji z IAM oraz przedstawienia informacyjnie programu misji (podając dane kontaktowe uczestników misji) IAM.

5. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość wzięcia udziału w 1 wyjazdowej misji gospodarczej do Indii oraz 1 do Republiki Południowej Afryki z uwzględnieniem działań skierowanych do państw z regionu (Botswana, Namibia, Zimbabwe, Mozambik, Suazi i Lesotho) oraz 1 do Afryki Północno – Zachodniej (w tym Maroko i Tunezja). Misja powinna mieć charakter grupowego wyjazdu minimum 3 przedsiębiorców. Misja nie powinna trwać dłużej niż 3 dni na miejscu i obejmować minimum: spotkanie/a z minimum 2 kontrahentami, organizację pokazu bądź prezentacji dla kontrahentów.

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

6. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość realizacji działań informacyjno-promocyjnych, w ramach których refundowane będą koszty:
- nabycia lub wytworzenia oraz instalacji elementów dekoracyjnych uwzględniających założenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki tj. panelu promocyjnego MPG;
 - nabycia lub wytworzenia oraz dystrybucji materiałów informacyjno-promocyjnych takich jak gadzety, materiały drukowane np. foldery, ulotki, wizytówki;
 - przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych w mediach tradycyjnych, elektronicznych, cyfrowych;
 - przygotowania lub tłumaczenia strony internetowej wnioskodawcy;
 - produkcji i emisji spotów i filmów informacyjno-promocyjnych.

7. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość organizacji indywidualnej misji gospodarczej do krajów, o których mowa w pkt IV.A.1, przy czym misja taka nie powinna trwać dłużej niż 2 dni na miejscu i obejmować minimum: spotkanie/a z minimum 2 kontrahentami, organizację pokazu bądź prezentacji dla kontrahentów. Przedsiębiorcy organizujący wyjazdową misję gospodarczą są zobowiązani przedstawić program misji wraz z programem spotkań b2b (podając dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów) IAM.

Księga wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki w tym panelu promocyjnego MPG dostępne są na stronie www.trade.gov.pl i www.mr.gov.pl bądź możliwe do pozyskania u Realizatora branżowego programu promocji branży meblarskiej.

V. Działania promocyjne ogólne promujące całą branżę meblarską.

1. Wykonawcą programu w zakresie realizacji działań ogólnych promujących polską branżę meblarską jest Instytut Adama Mickiewicza. Przedsiębiorcy, zachowując zasadę konkurencyjności, mogą korzystać z usług Instytutu Adama Mickiewicza w zakresie organizacji działań przeznaczonych dla przedsiębiorców.
2. W ramach działań ogólnych promujących polską branżę meblarską 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 Polskie meble,
 - reklamy i publikacje w zagranicznej prasie branżowej nt. polskiego meblarstwa i designu,
 - organizację na wybranych targach narodowych stoisk informacyjno - promocyjnych 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 Instytut Adama Mickiewicza (pod warunkiem, że IAM będzie drukować katalog informacyjny);
 - możliwość korzystania z usług informacyjnych obsługi stoiska informacyjno – promocyjnego o produktach i lokalizacji firmy;
 - możliwość zaprezentowania filmu reklamowego firmy na urządzeniach multimedialnych zainstalowanych na stoisku informacyjnym pod warunkiem, że będzie on pasować do ogólnego charakteru stoiska;
 - możliwość zorganizowania pokazu/prezentacji oferty firmy na stoisku informacyjnym po wcześniejszym uzgodnieniu wszystkich szczegółów z organizatorem stoiska.

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)