

Program promocji branży meblarskiej - informacja dla przedsiębiorców – wersja nr II z dnia 14.06.16 r.

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 przedsiębiorców¹, którzy prowadzą działalność gospodarczą w ramach przynajmniej jednej z poniższych kategorii działalności (PKD 2007²):

- 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.

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.).

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 przynajmniej 1 z tych działań powinno stanowić imprezę targową na rynku/rynkach wybranym/wybranych w ramach pkt IV.A.1, w ramach której zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
1.	Shenzhen International Furniture Exhibition	Shenzhen, Chiny	Marzec 2017, 2018, 2019	
2.	China International Furniture Fair Shanghai	Szanghaj, Chiny	Wrzesień 2016, 2017, 2018	Wrzesień 2018 – organizacja ok. 50 m ² stoiska informacyjnego
3.	Ismob Istanbul Furniture Fair (TBC)	Stambuł, Turcja	Styczeń 2017, 2018, 2019	Styczeń 2018 – organizacja ok 50 m ² stoiska informacyjnego
4.	Index	Dubaj, ZEA	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, USA	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, USA	Sierpień 2016, Styczeń oraz przełom Lipca i Sierpnia 2017, 2018	
7.	Inno Design Tech Expo	Hongkong, Chiny	Grudzień 2017, 2018, 2019	
8.	Homedeco	Kazachstan	Marzec 2017, 2018, 2019	
9.	Mebel: Furniture, Fittings and Upholstery	Moskwa, Rosja	Listopad 2016, 2017, 2018	
10.	IMM Cologne	Kolonia, Niemcy	Styczeń 2017, 2018, 2019	Styczeń 2017 – organizacja ok. 100 m ² stoiska informacyjnego wraz ze strefą spotkań, centrum prasowym oraz seminarium poświęconego polskiej branży meblarskiej ----- Styczeń 2018 – organizacja . 100 m ² stoiska informacyjnego wraz ze strefą spotkań, centrum prasowym oraz seminarium poświęconego polskiej branży meblarskiej ----- Styczeń 2019 – organizacja ok. 100 m ² stoiska informacyjnego wraz ze strefą spotkań, centrum prasowym
11.	Ambiente - Messe Frankfurt	Frankfurt, Niemcy	Luty 2017, 2018, 2019	
12.	Stockholm Furniture and Light Fair	Sztokholm, Szwecja	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, Włochy	Kwiecień 2017, 2018, 2019	Kwiecień 2017 – organizacja ok. 100 m ² stoiska informacyjnego wraz ze strefą spotkań, centrum prasowym oraz seminarium poświęconego

				<p>polskiej branży meblarskiej</p> <hr/> <p>Kwiecień 2018 – organizacja ok. 100 m² stoiska informacyjnego wraz ze strefą spotkań, centrum prasowym oraz seminarium poświęconego polskiej branży meblarskiej</p> <hr/> <p>Kwiecień 2019 – organizacja ok. 100 m² stoiska informacyjnego wraz ze strefą spotkań</p>
14.	Northmodern (poprzednio: Design Trade Copenhagen)	Kopenhaga, Dania	Sierpień 2016, 2017, 2018	
15.	Maison et Objet	Paryż, Francja	Wrzesień 2016, Styczeń i Wrzesień 2017, 2018	
16.	ORGATEC, New Visions of Work	Kolonia, Niemcy	Październik 2016, 2018,	
17.	January Furniture Show	Birmingham, Wielka Brytania	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, Niemcy	Wrzesień 2016, 2017, 2018	
19.	India Furniture Expo (TBC)	Mumbai, Indie	Sierpień 2016, 2017, 2018	
20.	100% Design	Londyn, Wielka Brytania	Wrzesień 2016, 2017, 2018	

3. Przedsiębiorca biorący udział w programie zobowiązany jest do zakupu przynajmniej jednej 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). 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.

4. 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.
5. 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 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, ma możliwość wzięcia udziału w grupowych, 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 na miejscu i być związana z udziałem w międzynarodowym wydarzeniu branżowym, o których mowa w pkt. IV. A.2 lub poniżej.
Przedsiębiorcy biorący udział w wyjazdowych misjach gospodarczych są zobowiązani po odbyciu misji przedstawić raport z przebiegu misji gospodarczej zawierający w szczególności program misji, w tym program spotkań b2b oraz dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów. Raport z misji gospodarczej jest przedstawiany Realizatorowi branżowego programu promocji branży meblarskiej w celach informacyjnych.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów
1.	Blickfang	Bazylea, Szwajcaria Hamburg, Niemcy Monachium, Niemcy Stuttgart, Niemcy Wiedeń, Austria Zurych, Szwajcaria	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, Niemcy	marzec 2017, 2018, 2019
3.	IFFT Interiorlifestyle Living	Tokio, Japonia	czerwiec 2017, 2018, listopad 2016, 2017, 2018

4.	Furniture Interior	Kazachstan	czerwiec 2017, 2018
5.	Consum Expo	Moskwa, Rosja	listopad 2016, 2017, 2018
6.	Medex	Teheran, Iran	styczeń 2017, 2018
7.	Kievinteriors	Kijów, Ukraina	marzec 2017, 2018
8.	Maja House Apartament	Łotwa	październik 2016, 2017, 2018

3. 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 dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą meblarską 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 gospodarczej jest przedstawiany Realizatorowi branżowego programu promocji branży meblarskiej w celach informacyjnych.

4. 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 biorący udział w wyjazdowych misjach gospodarczych są zobowiązani po odbyciu misji przedstawić raport z przebiegu misji gospodarczej zawierający w szczególności program misji, w tym program spotkań b2b oraz dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów. Raport

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.

z misji gospodarczej jest przedstawiany Realizatorowi branżowego programu promocji branży meblarskiej w celach informacyjnych.

5. 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 powinna trwać nie dłużej niż 3 dni na miejscu i obejmować minimum: spotkanie/a z minimum 2 kontrahentami, organizację pokazu bądź prezentacji dla kontrahentów. Przedsiębiorcy biorący udział w misjach gospodarczych są zobowiązani po odbyciu misji przedstawić raport z przebiegu misji gospodarczej zawierający w szczególności program misji, w tym program spotkań b2b oraz dane

kontaktowe odwiedzanych kontrahentów. Raport z misji gospodarczej jest przedstawiany Realizatorowi branżowego programu promocji branży meblarskiej w celach informacyjnych.

C. Zakres działań fakultatywnych - uzupełniających, w których mogą wziąć udział przedsiębiorcy korzystający z programu:

1. 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 MPG;
 - 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 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. Realizator branżowego programu promocji branży meblarskiej zostanie wybrany przez Ministerstwo Rozwoju zgodnie z ustawą Prawo zamówień publicznych. Informacja o wyborze Realizatora branżowego programu promocji branży meblarskiej zostanie zamieszczona na stronie internetowej www.mr.gov.pl i www.trade.gov.pl.
2. W ramach działań ogólnych promujących polską branżę meblarską zaplanowano:
 - a) organizację wizyt studyjnych dla zagranicznych kontrahentów,
 - b) organizację wizyt studyjnych dla zagranicznych dziennikarzy,

- c) współpracę z branżową agencją PR mającą na celu budowanie wizerunku i rozpoznawalności marki Polskie meble,
- d) reklamy i publikacje w zagranicznej prasie branżowej nt. polskiego meblarstwa i designu,
- e) 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;
 - 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.