

# Program promocji branży usług prozdrowotnych - informacja dla przedsiębiorców — wersja nr III z dnia 21.06.16 r.

---

## 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 przedsiębiorców<sup>1</sup>, którzy prowadzą działalność gospodarczą w ramach przynajmniej jednej z poniższych kategorii działalności (PKD 2007<sup>2</sup>):
  - 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

<sup>1</sup> Definicja Mikro, Małego i Średniego przedsiębiorcy jest określona w załączniku nr I do rozporządzenia KE nr 651/2014.

<sup>2</sup> 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.).

- 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 dentystryczna
- 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.

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 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 (nie dotyczy Norwegii).

Wykaz branżowych targów odbywających się na rynkach perspektywicznych, rekomendowanych dla polskich przedsiębiorstw świadczących usługi prozdrowotne.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
<b>ROSJA</b>				
1.	MITT Moscow/INTERMED	Moskwa	marzec 2017 oraz w kolejnych latach 2018, 2019	marzec 2017, 2018 (15 m <sup>2</sup> )
2.	Health and Medical Tourism	St. Petersburg	październik 2016 oraz w kolejnych latach 2017, 2018	
3.	Medicine and Cosmetology	Kaliningrad	wrzesień 2016 oraz w kolejnych latach 2017, 2018	wrzesień 2017, 2018 (15 m <sup>2</sup> )
<b>UKRAINA</b>				
4.	International dental exhibition „Dental-Ukraine”	Lwów	listopad 2016 oraz w kolejnych latach październik/listopad 2017, 2018	
5.	SPA&Wellness – Healthcare Travel Expo	Kijów	kwiecień 2017 oraz w kolejnych latach 2018, 2019	
6.	Medical Travel Exhibition and Conference	Kijów	październik 2016 oraz w kolejnych latach 2017, 2018	październik 2017, 2018 (15 m <sup>2</sup> )
<b>NORWEGIA</b>				
7.	Reiselivsmessen	Oslo	styczeń 2017 oraz w kolejnych latach 2018, 2019	
<b>ZJEDNOCZONE EMIRATY ARABSKIE</b>				
8.	ATM (Arabian Travel Market)	Dubaj	kwiecień 2017 oraz w kolejnych latach 2018, 2019	
9.	The International Medical Travel Exhibition and Conferences IMTEC	Dubaj	październik 2016 oraz w kolejnych latach 2017, 2018	październik 2017, 2018 (15 m <sup>2</sup> )
<b>STANY ZJEDNOCZONE</b>				
10.	World Medical Tourism & Global Healthcare Congress	Waszyngton	wrzesień 2016 oraz w kolejnych latach 2017, 2018	wrzesień 2017, 2018 (15 m <sup>2</sup> )

	<b>KUWEJT</b>			
--	---------------	--	--	--

1.	Kuwait Medical Tourism	Kuwejt City	marzec 2017, 2018, 2019	
<b>ARABIA SAUDYJSKA</b>				
2.	Saudi Medical Tourism	Rijad	styczeń 2017 oraz w kolejnych latach 2018, 2019	
<b>OMAN</b>				
3.	ELAJ (International Health & Medical Treatment Expo)	Muskat	marzec 2017 oraz w kolejnych latach 2018, 2019	
<b>AZERBEJDŻAN</b>				
5.	BIHE Healthcare Exhibition	Baku	wrzesień 2016 oraz w kolejnych latach 2017, 2018	
<b>KAZACHSTAN</b>				
6.	Astana Zdorowie Healthcare Exhibition	Astana	listopad 2016 oraz w kolejnych latach 2017, 2018	
7.	KIHE Healthcare Exhibition	Ałmaty	maj 2017 oraz w kolejnych latach 2018, 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
<b>WIELKA BRYTANIA</b>				
1.	Professional Spa & Wellness	Londyn	luty 2017 oraz w kolejnych latach 2018, 2019	
2.	The Health Tourism Show	Londyn	lipiec 2016	
3.	The Health Tourism Show	Glasgow	listopad 2016	
4.	The Health Tourism Show	Birmingham	luty 2017	
5.	WTM World Travel Market	Londyn	listopad 2017 oraz 2018	listopad 2017, 2018 (15 m <sup>2</sup> )
<b>SZWECJA</b>				
6.	Senior-massan	Malmö	kwiecień 2017, 2018, 2019	
7.	Senior-massan	Sztokholm	październik 2016 oraz w kolejnych latach 2017, 2018	październik 2017, 2018 (15 m <sup>2</sup> )
<b>DANIA</b>				
8.	Health & Rehab Scandinavia	Kopenhaga	maj 2018	
<b>AUSTRIA</b>				

9.	Gesund & Wellness	Linz	październik 2016 oraz w kolejnych latach 2017, 2018	
10.	Gesund & Wellness	Tulln	listopad 2016 oraz w kolejnych latach 2017, 2018	
11.	Vital Plus	Wiedeń	listopad 2016 oraz w kolejnych latach 2017, 2018	
12.	Global Wellness Summit	Tyrol	październik 2016 oraz w kolejnych latach 2017, 2018	
<b>NIEMCY</b>				
13.	ITB Internationale Tourismus-Börse	Berlin	marzec 2017 oraz w kolejnych latach 2018, 2019	marzec 2018, 2019 (15 m <sup>2</sup> )
14.	Medica Düsseldorf	Düsseldorf	listopad 2016 oraz w kolejnych latach 2017, 2018	

- 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.
- 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.
- 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:**

- 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).
- Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, może wziąć udział w max 2 grupowych wyjazdowych misjach gospodarczych, z listy podanej poniżej, 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 4 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.

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 Polskiej Organizacji Turystycznej w celach informacyjnych.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce targów	Termin
1.	International Dental Fair	Lwów / Ukraina	październik 2017, 2018
2.	Reiselivesmessen	Oslo / Norwegia	styczeń 2017, 2018

3. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu może zorganizować max. 6 przyjazdowych misji gospodarczych (wizyt studyjnych) dla kontrahentów i dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą usług prozdrowotnych, pochodzących z krajów o których mowa w pkt IV.A.1<sup>3</sup>. Przedsiębiorca organizujący przyjazdową misję gospodarczą jest zobowiązany przedstawić program misji (podając dane kontaktowe uczestników misji) Polskiej Organizacji Turystycznej. 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, stronie internetowej, artykuł będący wynikiem uczestniczenia w misji<sup>4</sup>.

Przedsiębiorca organizujący przyjazdową misję gospodarczą jest zobowiązany, po zakończeniu misji, do przedstawienia raportu z przebiegu misji gospodarczej zawierającego w szczególności program misji B2B oraz dane kontaktowe uczestników misji. Raport z misji gospodarczej jest przedstawiany Polskiej Organizacji Turystycznej w celach informacyjnych.

4. Przedsiębiorca, biorący udział w programie, ma możliwość organizacji indywidualnej misji gospodarczej do krajów wymienionych w pkt. IV.A.1, przy czym misja taka nie powinna trwać dłużej niż 3 dni na miejscu i obejmować minimum 2 spotkania b2b oraz organizację pokazu bądź dla kontrahentów. Przedsiębiorcy biorący udział w wyjazdowych misjach gospodarczych są

---

<sup>3</sup> 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).

<sup>4</sup> 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.



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 Polskiej Organizacji Turystycznej w celach informacyjnych.

5. Przedsiębiorca może prowadzić działania określone w pkt 2 – 4, także na rynku białoruskim.

### **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.

### **V. Działania promocyjne ogólne promujące całą branżę usług prozdrowotnych.**

1. 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.

2. 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 jako 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;
  - możliwość korzystania z usług świadczonych przez obsługę stoiska na temat produktów i lokalizacji firmy;



**Fundusze Europejskie**  
Inteligentny Rozwój



**Unia Europejska**  
Europejski Fundusz  
Rozwoju Regionalnego



- możliwość zaprezentowania filmu reklamowego firmy na urządzeniach multimedialnych zainstalowanych na stoisku informacyjnym;
- możliwość zorganizowania pokazu/prezentacji oferty firmy na stoisku informacyjnym, po wcześniejszym uzgodnieniu wszystkich szczegółów z organizatorem stoiska.