

Program promocji branży MODA POLSKA - informacja dla przedsiębiorców - Wersja II z dnia 4 stycznia 2017 r.

I. Informacje o programie promocji.

Program promocji branży Moda Polska 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 Moda Polska. Program promocji przygotowany został w taki sposób aby zapewnić komplementarność działań podejmowanych na rzecz promocji polskiego sektora odzieżowego, obuwniczego, galanteryjnego oraz jubilerskiego.

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. 14.11.Z - Produkcja odzieży skórzanej
 - b. 14.13.Z - Produkcja pozostałej odzieży wierzchniej
 - c. 14.14.Z - Produkcja bielizny
 - d. 14.19.Z - Produkcja pozostałej odzieży i dodatków do odzieży
 - e. 14.20.Z - Produkcja wyrobów futrzarskich
 - f. 14.31.Z - Produkcja wyrobów pończosznicych
 - g. 14.39.Z - Produkcja pozostałej odzieży dzianej
 - h. 15.12.Z - Produkcja toreb bagażowych, toreb ręcznych i podobnych wyrobów kaletniczych; produkcja wyrobów rymarskich
 - i. 15.20.Z – Produkcja obuwia
 - j. 32.12.Z - Produkcja wyrobów jubilerskich i podobnych
 - k. 32.13.Z - Produkcja sztucznej biżuterii i wyrobów podobnych
 - l. 74.10.Z - Działalność w zakresie specjalistycznego projektowania

Program jest skierowany do przedsiębiorców zajmujących się **produkcją wyrobów a nie pośrednictwem czy sprzedażą hurtową.**

2. Termin realizacji programu – 10 lutego 2017 r. – 31 grudnia 2019 r.

¹ Definicja 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.).



Fundusze Europejskie
Inteligentny Rozwój



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



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.

Szczegółowe informacje nt. warunków udzielania wsparcia oraz przyjmowania wniosków w ramach poddziałania 3.3.3 PO IR zostaną zamieszczone na stronie internetowej Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości w dniu ogłoszenia konkursu.

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 (1) z poniższych pozaunijnych rynków perspektywicznych, który będzie zgodny ze strategią ekspansji firmy:
 - A. Chiny
 - B. USA
 - C. Rosja
 - D. Japonia
 - E. Indie
2. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, zobowiązany jest do wzięcia udziału w charakterze wystawcy w przynajmniej pięciu (5) działaniach targowych, o których mowa poniżej, przy czym przynajmniej dwa (2) z tych działań stanowić powinny imprezy targowe, w ramach których zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne, w tym przynajmniej jedno (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.

Tabela 1. Wykaz targów w których w latach kalendarzowych 2017- 2019 będą mogli brać udział przedsiębiorcy i korzystać z dofinansowania w ramach poddziałania 3.3.3 PO IR.

Lp.	Nazwa targów	Miejsce	Termin	Narodowe stoisko informacyjne
CHINY				
1.	China International Fashion Fair (CHIC Shanghai)	Chiny Shanghai	marzec październik 2017, 2018, 2019	październik 2017
2.	Interfilière Shanghai	Chiny Shanghai	październik 2017, 2018, 2019	
3.	ISPO Shanghai	Chiny Shanghai	lipiec 2017, 2018, 2019	
4.	Guangzhou International Leather Exhibition – GILE	Chiny Guangzhou	maj/ czerwiec 2017, 2018, 2019	
5.	MODE Shanghai Fashion Trade Show	Chiny Shanghai	2017, 2018, 2019	
6.	Shanghai Mode Lingerie and Swim	Chiny Shanghai	październik 2017, 2018, 2019	
7.	Interfiliere Hong Kong	Chiny Hong Kong	marzec 2017, 2018, 2019	
8.	APLF Exhibitions (w tym: Fashion Access, APLF)	Chiny Hong Kong	marzec 2017, 2018, 2019	
9.	All China Leather Exhibition (ACLE)	Chiny Shanghai	sierpień/ wrzesień 2017, 2019, 2019	
10.	UBM September Hong Kong Jewellery & Gem Fair	Chiny Hong Kong	wrzesień 2017, 2018, 2019	wrzesień 2017
11.	HKTDC Hong Kong Jewellery & Gem Fair	Chiny Hong Kong	marzec 2017, 2018, 2019	
12.	Beijing International Jewellery & Gem Fair	Chiny Pekin	kwiecień 2017, 2018, 2019	kwiecień 2018
13.	China International Jewellery Fair UBM	Chiny Shenzhen	kwiecień 2017, 2018, 2019	



USA				
14.	MAGIC (w tym: WWDMAGIC STITCH SOURCING AT MAGIC SOURCING AT MAGIC - FOOTWEAR THE TENTS PROJECT PROJECT WOMEN WSA@MAGIC FN PLATFORM CURVE LAS VEGAS POOLTRADESHO W CHILDREN'S CLUB MAGIC THE COLLECTIVE)	USA Las Vegas	luty, sierpień 2017, 2018, 2019	luty 2018 WWDMAGIC
15.	FASHION MARKET	USA Los Angeles	sierpień 2017, styczeń, sierpień 2018, 2019	
16.	Stitch Show	USA New York	luty 2017, 2018, 2019	
17.	CURVE EXPO	USA New York	luty 2017, 2018, 2019	
18.	LIBERTY FASHION & LIFESTYLE FAIRS	USA Las Vegas	luty 2017, 2018, 2019	
19.	LIBERTY FASHION & LIFESTYLE FAIRS	USA New York	styczeń 2018, 2019	
20.	OUTDOOR RETAILER SHOW	USA Salt Lake City	styczeń 2018,2019	
21.	MEN`S APPAREL AND ACCESSORY TRADE SHOW AT THE MERCHANDISE MART	USA Chicago	luty 2018, 2019	
22.	MARKET NY MENSWEAR INDUSTRY TRADE SHOW	USA New York	styczeń 2018, 2019	
23.	Shoe Market	USA Atlanta	luty 2018, 2019	



24.	NEW YORK SHOE EXPO	USA New York	listopad/ grudzień 2017, 2018, 2019	
25.	PLAYTIME New York	USA New York	luty 2017, 2018, 2019	
26.	Premiere Vision New York	USA New York	lipiec 2017, styczeń, lipiec 2018, 2019	
27.	National Bridal Market	USA Chicago	marzec 2017,2018,2019	
28.	International Bridal Week NY	USA New York	kwiecień 2017,2018,219	
29.	Tucson Jewellery Shows	USA Tucson	styczeń/luty 2018, 2019	
30.	JIS Miami October	USA Miami	październik 2017, 2018,2019	
31.	JCK Las Vegas	USA Las Vegas	czerwiec 2017, 2018, 2019	czerwiec 2019
32.	JA New York	USA New York	marzec, lipiec, październik 2017, 2018, 2019	
ROSJA				
33.	CPM	Rosja Moskwa	luty, wrzesień 2017, 2018, 2019	luty 2019
34.	TEXTILLEGPROM	Rosja Moskwa	luty, wrzesień 2017, 2018, 2019	
35.	CJF Moskwa	Rosja Moskwa	luty, wrzesień 2017, 2018, 2019	
36.	Int'l Exhibition of Textile and Garments Industry	Rosja St. Petersburg	marzec, październik 2017, 2018, 2019	
37.	Mosshoes	Rosja, Moskwa	wrzesień 2017 styczeń, wrzesień 2018, 2019	



Fundusze Europejskie
Inteligentny Rozwój



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



38.	Jewellery Salon	Rosja Krasnodar	maj 2017, 2018, 2019	
39.	JUNWEX Moscow	Rosja Moskwa	wrzesień/ październik 2017, 2018, 2019	
40.	JUNWEX St. Petersburg	Rosja St. Petersburg	luty 2018, 2019	
41.	JUNWEX New Russian Style	Rosja Moskwa	maj 2017, 2018, 2019	
INDIE				
42.	IJS India International Jewellery Show	Indie Mumbai	sierpień, 2017, 2018, 2019	sierpień 2018
43.	Jaipur Jewellery Show	Indie Jaipur	2017, 2018, 2019	
JAPONIA				
44.	Fashion World Tokio	Japonia Tokio	kwiecień, październik 2017, 2018, 2019	
45.	IJT Jewellery Tokio Autumn	Japonia Tokio	październik 2017, 2018, 2019	październik 2019
46.	IJK Jewellery Kobe	Japonia Kobe	maj 2017, 2018, 2019	
47.	PLAYTIME Tokyo	Japonia Tokio	luty 2017, 2018, 2019	
NIEMCY				
48.	PANORAMA FASHION FAIR	Niemcy Berlin	lipiec 2017, styczeń, lipiec 2018, 2019	styczeń 2018
49.	Premium	Niemcy Berlin	lipiec 2017 styczeń, lipiec 2018, 2019	



Fundusze Europejskie
Inteligentny Rozwój



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



50.	Berlin Fashion Week	Niemcy Berlin	styczeń 2018, 2019	
51.	Interbride	Niemcy Dusseldorf	maj 2017,2018,2019	
52.	European Bridal Week	Niemcy Essen	kwiecień 2017,2018,2019	
53.	THE GALLERY DUSSELDORF	Niemcy Dusseldorf	lipiec 2017, styczeń, lipiec 2018, 2019	
54.	INHORGENTA MUNICH	Niemcy Monachium	luty 2017, 2018, 2019	
ZJEDNOCZONE EMIRATY ARABSKIE				
55.	LINEXPO Dubai	ZEA Dubaj	listopad 2017, 2018,2019	
56.	Bride Dubai	ZEA Dubaj	luty 2017, 2018,2019	
57.	Dubai Jewellery Week	ZEA Dubai	grudzień 2017, 2018, 2019	
58.	JWS Jewellery & Watch Show Abu Dhabi	ZEA Abu Dhabi	maj 2017, 2018, 2019	
FRANCJA				
59.	SALON INTERNATIONAL DE LA LINGERIE	Francja Paryż	Styczeń 2018, 2019	
60.	WHO IS NEXT	Francja Paryż	wrzesień 2017 styczeń, wrzesień 2018, 2019	wrzesień 2019



Fundusze Europejskie
Inteligentny Rozwój



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



61.	Paris Bridal Fair	Francja Paryż	kwiecień 2017,2018,2019	
62.	Premiere Classe & Bijorhca	Francja Paryż	wrzesień 2017, styczeń, wrzesień 2018, 2019	
UKRAINA				
63.	KIEV FASHION	Ukraina Kijów	wrzesień 2017, luty, wrzesień 2018, 2019	
64.	EXPO FUR	Ukraina Kijów	styczeń 2018, 2019	
KAZACHSTAN				
65.	CENTRAL ASIA FASHION	Kazachstan Almaty	marzec, wrzesień 2017, 2018, 2019	
66.	Aru Almaty	Kazachstan Almaty	kwiecień 2017, 2018, 2019	
67.	Aru Astana EXPO Center KORME	Kazachstan Astana	grudzień 2017, 2018, 2019	
WŁOCHY				
68.	Pitti Imagine Bimbo	Włochy Florencja	styczeń 2018, 2019	
69.	Sposaitalia	Włochy Mediolan	maj 2017, 2018, 2019	
70.	Vicenza Oro	Włochy Vicenza	wrzesień 2017, styczeń, wrzesień 2018, 2019	
LITWA				
71.	Baltic Fashion & Textile Vilnius	Litwa Wilno	październik 2017, 2018, 2019	

WIELKA BRYTANIA				
72.	MODA Birminhgam	Wielka Brytania Birminhgam	luty 2017, 2018, 2019	
HISZPANIA				
73.	Madridjoya	Hiszpania Madryt	luty 2018, 2019	
74.	Barcelona Bridal Week	Hiszpania Barcelona	kwiecień 2017,2018, 2019	
TURCJA				
75.	Istambul Jewelry Show	Turcja Istambuł	marzec 2017, 2018, 2019	
POLSKA				
76.	Targi Mody Poznań	Polska Poznań	luty/marzec 2017, 2018, 2019	
77.	Złoto Srebro Czas	Polska Warszawa	wrzesień/październi k 2017, 2018, 2019	
78.	AMBERIF	Polska Gdańsk	marzec 2017, 2018, 2019	

- Przedsiębiorca biorący udział w programie zobowiązany jest do zakupu przynajmniej jednej (1) 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 dwóch (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 Promocji Eksportu.

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

1. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość zakupu jednej (1) 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 może wziąć udział w maksymalnie dwóch (2) grupowych, wyjazdowych misjach gospodarczych.

Program 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 trzech (3) przedsiębiorców, trwającego nie dłużej niż trzy (3) dni na miejscu i być związana z udziałem w międzynarodowym wydarzeniu branżowym, o których mowa w pkt. IV. A.2. W ramach etapu przedmisyjnego organizator misji zobowiązany jest do przeprowadzenia szkolenia uczestników misji z zakresu regulacji/kultury biznesowej etc. W ramach etapu pomisyjnego, organizator jest zobowiązany do wspierania przedsiębiorców w podtrzymywaniu nawiązanych podczas misji kontaktów handlowych.

Przedsiębiorcy biorący udział w wyjazdowych misjach gospodarczych są zobowiązani do przygotowania raportu z przebiegu misji zawierającego w szczególności program misji, program spotkań b2b oraz dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów. Raport z misji gospodarczej powinien zostać przedstawiany realizatorowi programu promocji w celach informacyjnych.

3. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, może wziąć udział w maksymalnie dwóch (2) indywidualnych, wyjazdowych misjach gospodarczych, których celem jest rozpoznanie rynku, nawiązanie kontaktów biznesowych, wymiana doświadczeń, co doprowadzić powinno do nawiązania współpracy handlowej. Program ewentualnej wizyty powinien obejmować przynajmniej udział w spotkaniu b2b z minimum dwoma (2) kontrahentami oraz organizację pokazu, bądź prezentacji produktu firmy. Misja powinna mieć charakter indywidualnego wyjazdu przedsiębiorcy, trwającego nie dłużej niż trzy (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 do przygotowania raportu z przebiegu misji zawierającego w szczególności program misji, program spotkań b2b oraz dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów. Raport z misji gospodarczej powinien zostać przedstawiany realizatorowi programu promocji w celach informacyjnych.

4. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu może zorganizować maksymalnie sześć (6) przyjazdowych misji gospodarczych (wizyt studyjnych), których celem jest prezentacja produktu oraz organizacja pokazu. Misja gospodarcza przyjazdowa może zostać zorganizowana wyłącznie dla kontrahentów oraz dziennikarzy i blogerów, bezpośrednio związanych z branżą odzieżową, obuwniczą, galanteryjną, jubilerską 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 trzy (3) dni na miejscu.

Przedsiębiorca zobowiązuje się, że dziennikarz/bloger uczestniczący w misji opublikuje w reprezentowanym przez siebie czasopiśmie, portalu internetowym, blogu, artykule będący wynikiem uczestnictwa w misji⁴.

³ Przyjmuję 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.



Przedsiębiorca organizujący przyjazdową misję gospodarczą jest zobowiązany po zakończeniu misji do przedstawienia raportu z jej przebiegu zawierającego w szczególności program misji oraz dane kontaktowe uczestników misji. Raport z indywidualnej misji jest przedstawiany realizatorowi branżowego programu promocji branży Moda Polska w celach informacyjnych.

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

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 MODA POLSKA.

1. Realizator branżowego programu promocji branży Moda Polska zostanie wybrany przez Ministerstwo Rozwoju, zgodnie z ustawą Prawo zamówień publicznych. Informacja o wyborze Realizatora branżowego programu promocji branży Moda Polska zostanie zamieszczona na stronie internetowej [Ministerstwa Rozwoju](#) i [Portalu Promocji Eksportu](#).
2. W ramach działań ogólnych promujących branżę Moda Polska zaplanowano:
 - organizację misji przyjazdowych typu Study Tour dla zagranicznych blogerów i dziennikarzy z krajów rynków perspektywicznych, o których mowa w pkt IV. A. 1 podczas których zaprezentowany zostanie potencjał branży MODA POLSKA. Efektem udziału dziennikarzy i blogerów podczas poniższych wydarzeń będą publikacje prasowe lub internetowe oraz relacje fotograficzne. Misje przyjazdowe dziennikarzy i blogerów będą zorganizowane podczas następujących wydarzeń:
 - Amberif w 2018 roku – działaniem towarzyszącym będzie organizacja warsztatów dla zagranicznych gości w zakresie projektowania grup produktowych promowanych w ramach programu Moda Polska,
 - Targi Mody Poznań w 2019 roku – działaniem towarzyszącym będzie organizacja warsztatów dla zagranicznych gości w zakresie projektowania grup produktowych promowanych w ramach programu Moda Polska;
 - organizację na wybranych targach wskazanych w punkcie IV.A.2, narodowych stoisk informacyjnych służących wsparciu polskich przedsiębiorców obecnych na targach. Dodatkowe działania promujące organizowane przez Realizatora branżowego programu promocji Moda Polska na narodowych stoiskach informacyjno-promocyjnych to m.in.:
 - organizacja punktu informacyjnego o polskim sektorze Moda Polska;
 - organizacja strefy spotkań matchmakingowych;
 - poczęstunek;
 - profesjonalny film reklamowy prezentujący polską branżę Moda Polska na ekranach LCD;
 - materiały informacyjne (katalogi, ulotki) prezentujące polskie firmy z branży;



Fundusze Europejskie
Inteligentny Rozwój



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



- materiały reklamowe o spójnej szacie graficznej;
- interaktywna recepcja, uwzględniająca numerację stoisk poszczególnych firm oraz przewodnik po polskich stoiskach;
- briefing dla prasy - oprowadzenie dziennikarzy po polskim stoisku oraz stoiskach polskich firm, prezentacja produktów, wywiady indywidualne.

Działania towarzyszące imprezom targowo-wystawienniczym:

- prowadzenie strony internetowej programu na subportalu trade.gov.pl oraz aktywność na portalach społecznościowych;