


# Jak wypromować produkty na rynkach zagranicznych?

Dotacje na internacjonalizację

 Urszula Pieńkowska  
Wiceprezes Zarządu  
Maculewicz Consulting Sp. z o.o.

**B**ranża kamieniarska to sektor bardzo różnorodny. Zaliczyć do niego należy zarówno małe zakłady kamieniarskie zajmujące się produkcją nagrobków, wielkie hurtownie, jak i zakłady przecinające kamienne bloki na płyty – niejednokrotnie bardzo innowacyjne, dynamicznie rozwijające się i inwestujące w nowe technologie. Trudno w tym miejscu nie wspomnieć również o firmach działających w innych sektorach, ale jakże ściśle powiązanych z branżą kamieniarską – o producentach maszyn i narzędzi do szeroko pojętej obróbki kamienia.

Każda z tych firm ma inną misję do wypełnienia i inne potrzeby inwestycyjne. Dla jednych najważniejsze będzie utrzymanie swojej pozycji na lokalnym rynku, a dla innych – wdrażanie innowacyjnych rozwiązań i konkurowanie z innymi firmami w kraju czy w Europie.

Może niektórym wydaje się, że w branży kamieniarskiej trudno o innowacje, ale wśród firm kamieniarskich są i takie, które zaskakują bogatą ofertą zawierającą unikatowe produkty dekoracyjne do wykańczania wnętrz o bardzo nowoczesnym designie. Dobrym miejscem na wypromowanie takich produktów czy innowacyjnych maszyn do obróbki kamienia są targi międzynarodowe, na których firmy kamieniarskie bywają częściej może jako odwiedzający (poszukujący inspiracji czy po prostu nowych maszyn) niż jako wystawcy.

Jak pozyskać dotację na wyjazd na targi międzynarodowe lub misję gospodarcze? Jakie warunki należy spełnić? Gdzie szukać informacji? Możliwości jest kilka. Warto wiedzieć, co odróżnia poszczególne konkursy i na co zwracać uwagę, szukając informacji o dofinansowaniu na internacjonalizację.

## PROGRAM OPERACYJNY INTELIGENTNY ROZWÓJ (PO IR)

Poddziałanie 3.3.3. Wsparcie Małych i Średnich Przedsiębiorstw (MŚP) w promocji marek produktowych – Go to Brand

Misją tego poddziałania jest wsparcie przedsiębiorców uczestniczących w programach promocji w celu promowania polskich marek produktowych oraz promowania Marki Polskiej Gospodarki. Chodzi o to, by polskie produkty stały się markami rozpoznawalnymi na rynkach zagranicznych. W tegorocznym konkursie, trwającym od 4 kwietnia do 8 maja, na dofinansowanie projektów zaplanowano budżet na poziomie 150 mln zł. O wsparcie mogą się ubiegać przedsiębiorcy z MŚP z całej Polski. To program wymagający, promujący firmy posiadające produkt konkurencyjny względem produktów z tej samej branży występujących na rynku międzynarodowym, wytwarzany na terenie Rzeczypospolitej Polskiej, prowadzące działalność gospodarczą określoną w wybranym programie

promocji i dodatkowo prowadzące od co najmniej 2 lat działalność eksportową, z której uzyskują przychody. Zatem nie jest to program dla wszystkich. Czy mogą tu aplikować o środki firmy kamieniarskie czy producenci urządzeń dla kamieniarzy?

Go to Brand to program wspierający projekty dotyczące uczestnictwa w działaniach objętych programem promocji o charakterze ogólnym na wskazanych rynkach perspektywicznych (Algieria, Indie, Iran, Meksyk i Wietnam) i/lub uczestnictwa w działaniach promocyjnych przewidzianych w branżowych programach promocji (BPP). Jednym z nich jest Program promocji branży budowy i wykańczania budowli, którego adresatami mogą być m. in. firmy kamieniarskie, zgodnie z kodem Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) należącym do grupy 23. wskazanej w programie (PKD 23.70.Z Cięcie, formowanie i wykańczanie kamienia). Do BPP należy też Program promocji branży maszyn i urządzeń, który pozwala finansować działania realizowane m. in. przez producentów narzędzi mechanicznych do obróbki kamienia (włączając urządzenia do cięcia i czyszczenia kamienia), zgodnie z kodem PKD 28.49.Z Produkcja pozostałych narzędzi mechanicznych.

Maksymalna wartość kosztów kwalifikowalnych projektu zależy od tego, w jakich i w ilu programach promocji wnioskodawca zamierza uczest-

niczyć. Jeśli zakłada wybór jednego programu promocji o charakterze ogólnym, kwota wydatków kwalifikowalnych może wynieść 500 tys. zł, w innych przypadkach wyniesie 1 mln zł. Poziom dofinansowania zależy od rodzaju ponoszonych wydatków – maksymalnie jest to 85% (w przypadku mikroprzedsiębiorstw spoza woj. mazowieckiego).

W ramach projektu wnioskodawca może sfinansować wydatki związane z udziałem w targach, imprezach okołotargowych czy misjach gospodarczych, takie jak: koszty organizacji stoiska wystawowego, podróży służbowych, transportu i ubezpieczenia osób i eksponatów, opłaty rejestracyjnej oraz wpisu do katalogu targowego, a także koszty reklamy w mediach targowych, udziału w seminariach i konferencjach, koszty usługi doradczej dotyczącej umiędzynarodowienia przedsiębiorcy i inne.

Każdy program promocji zawiera listę imprez targowych, w których może uczestniczyć wnioskodawca w charakterze wystawcy. Przedsiębiorca w ramach programu, w którym zamierza uczestniczyć, ma obowiązek zrealizowania określonych dla tego programu działań i wyboru działań fakultatywnych, których wymagana liczba wskazana jest w każdym z programów.

### **PROGRAM OPERACYJNY POLSKA WSCHODNIA (PO PW)**

Działanie 1.2. Internacjonalizacja MŚP

Konkurs skierowany jest do mikro-, małych i średnich firm prowadzących od co najmniej 12 miesięcy działalność na terenie Polski Wschodniej, czyli na obszarze województwa warmińsko-mazurskiego, podlaskiego, świętokrzyskiego, lubelskiego i podkarpackiego.

Nabór wniosków prowadzony jest w dwóch rundach: I runda od 27 lutego do 29 marca 2018 r. i II runda od 30 lipca do 4 września 2018 r. Łączny budżet konkursu to 100 mln zł. Dofinansowanie mogą uzyskać projekty obejmujące kompleksowe działania

związane z opracowaniem i przygotowaniem do wdrożenia nowego modelu biznesowego zakładającego internacjonalizację działalności wnioskodawcy, polegające na analizie jego potencjału w zakresie internacjonalizacji, przygotowaniu przedsiębiorstwa i jego oferty pod kątem eksportu oraz aktywnego poszukiwania partnerów biznesowych w celu wprowadzenia produktów na wybrane rynki zagraniczne.

Maksymalna kwota dofinansowania projektu wynosi 800 tys. zł w przypadku wybrania co najmniej jednego



**Każdy program promocji zawiera listę imprez**

**targowych, w których może uczestniczyć wnioskodawca w charakterze wystawcy.**

**Przedsiębiorca w ramach programu, w którym zamierza uczestniczyć, ma obowiązek zrealizowania określonych dla tego programu działań i wyboru działań fakultatywnych, których wymagana liczba wskazana jest w każdym z programów.**

rynku docelowego spoza Europejskiego Obszaru Gospodarczego i Szwajcarii lub 550 tys. zł w przypadku wybrania wyłącznie rynków docelowych z EOG lub Szwajcarii. Maksymalny poziom dofinansowania to aż 85% kosztów kwalifikowalnych. Unijne wsparcie może pokryć część kosztów udziału w międzynarodowych targach, wystawach lub misjach gospodarczych, ale też koszt zakupu usług doradczych czy oprogramowania niezbędnego do automatyzacji procesów biznesowych w związku z przygotowaniem do internacjonalizacji działalności, koszt wytworzenia materiałów reklamowych, udziału w szkoleniach, dostępu do baz danych informacji, koszt

tłumaczeń, badań i testów produktów przeznaczonych do internacjonalizacji, projektowania procesów technologicznych lub logistycznych.

Przedsiębiorca, który planuje aplikowanie o środki w tym konkursie, musi mieć w ofercie co najmniej jeden produkt (wyrób lub usługę), który ma potencjał sprzedażowy na nowym rynku zagranicznym. W trakcie oceny projektu weryfikowany będzie też poziom przychodów ze sprzedaży, ze szczególnym uwzględnieniem przychodów ze sprzedaży produktów zgłoszonych w projekcie do internacjonalizacji, i przychodów z eksportu, które w ostatnim roku obrotowym wnioskodawcy powinny być mniejsze od 30% sumy przychodów netto ze sprzedaży wszystkich towarów i usług.

### **REGIONALNE PROGRAMY OPERACYJNE (RPO)**

Funkcjonujące w poszczególnych województwach regionalne programy operacyjne różnią się od siebie. Nie zawsze to, co może być przedmiotem dofinansowania w jednym województwie, ma szansę uzyskać wsparcie w innym regionie. W programach regionalnych nie ma (jak w Go to Brand) konkretnej listy imprez i krajów, na które ekspansję może zaplanować wnioskodawca. W obszarze internacjonalizacji polskich firm z sektora MŚP w 2018 r. konkursy przewidziane zostały tylko w siedmiu województwach (zgodnie z tabelą na str. 62). Każdy z tych konkursów zostanie przeprowadzony na podstawie odrębnych regulaminów i wynikających z nich zasad.

W różnych województwach wsparcie na udział w targach czy misjach gospodarczych lub na zakup usług doradczych związanych z opracowaniem strategii wejścia na nowe rynki zagraniczne kryje się pod różnymi nazwami i numerami (inne osie priorytetowe i działania). Dla przykładu: w woj. łódzkim wsparcie w tym obszarze można otrzymać w ramach Poddziałania 2.2.1. Modele biznesowe MŚP, w Małopolsce będzie to Poddziałanie 3.3.2. Aktywność międzynarodowa

## FIRMA

małopolskich MŚP, a na Podlasiu – Poddziałanie 1.4.1. Promocja przedsiębiorczości oraz podniesienie atrakcyjności inwestycyjnej województwa.

Co więcej, nie zawsze jest tak, że tym samym pojęciom przypisane są te same zakresy czy możliwe do poniesienia wydatki. Na Mazowszu uzyskanie wsparcia przy wejściu na nowe rynki zagraniczne możliwe jest w ramach Poddziałania 3.2.2. Internacjonalizacja MŚP. Przedsiębiorca może uzyskać dotację zarówno na przygotowanie strategii internacjonalizacji, udział w targach międzynarodowych w charakterze wystawcy, jak i wyjazd na misje gospodarcze. Dotacja będzie również służyła pokryciu części kosztów uzyskania niezbędnych dokumentów uprawniających do wprowadzenia towarów lub usług na wybrane rynki docelowe (certyfikatów, atestów, świadectw), kosztów zakupu usług prawnych związanych z wprowadzeniem towarów lub usług na wybrane rynki docelowe, kosztów zakupu baz

danych czy oprogramowania.

Odmienny charakter ma Poddziałanie 1.4.4. Internacjonalizacja MŚP w ramach RPO woj. warmińsko-mazurskiego. W tym przypadku z pojęciem internacjonalizacji nie wiąże się opracowanie dokumentu strategicznego wyznaczającego kierunki ekspansji na nowe rynki zagraniczne ani też wdrażanie tej strategii, ale inwestycje mające na celu przygotowanie oferty firmy do potrzeb internacjonalizacji, np. wydatki związane z dostosowaniem procesów, produktów, usług, systemu dystrybucji do wymagań nowych klientów, przepisów i norm obowiązujących w krajach, do których kierowana będzie oferta. W tym samym programie regionalnym dotację na zakup usług doradczych, informacyjnych, organizację udziału przedsiębiorstwa w międzynarodowych targach, wyjazdach biznesowych, misjach gospodarczych można uzyskać w Poddziałaniu 1.3.5. Usługi dla MŚP.

Zawsze należy dokładnie przeana-

lizować dokumentację konkursową – szczególnie regulamin konkursu i kryteria oceny projektów. Tylko wtedy będziemy wiedzieli, na realizację jakich konkretnie zadań możemy uzyskać dotację w danym konkursie. Analiza dokumentacji programowej pozwoli zaplanować budżet projektu na podstawie dopuszczalnych limitów wydatków (minimalna i maksymalna wartość kosztów kwalifikowalnych projektu czy wartość dotacji, limity określone dla pewnych rodzajów wydatków) i poziomu dofinansowania (w niektórych programach jest to 50%, w innych aż 85%). Tylko dokładna znajomość zasad danego konkursu pozwoli uniknąć błędów na etapie aplikowania o środki i niespodzianek na etapie realizacji projektu. Pamiętajmy – diabeł tkwi w szczegółach... ●

● Nabory wniosków w regionalnych programach operacyjnych w 2018 r. w obszarze internacjonalizacji MŚP:

WOJEWÓDZTWO	DZIAŁANIE	NABÓR WNIOSKÓW*	RODZAJE WSPIERANYCH PROJEKTÓW
kujawsko-pomorskie	Poddziałanie 1.5.3. Wsparcie procesu umiędzynarodowienia przedsiębiorstw	od 16.04.2018 r.	Udział w targach międzynarodowych, wsparcie doradcze w zakresie działalności eksportowej – projekty grantowe.
łódzkie	Poddziałanie 2.2.1. Modele biznesowe MŚP	od 28.02.2018 r. do 6.04.2018 r.	Opracowanie nowego modelu biznesowego przedsiębiorstwa zmierzającego do jego internacjonalizacji.
	Poddziałanie 2.2.1. Modele biznesowe MŚP	grudzień 2018 r.	Udział w targach międzynarodowych, wyszukiwanie i dobór partnerów biznesowych na rynku docelowym – działania wdrożeniowe muszą wynikać ze strategii biznesowej w zakresie internacjonalizacji przedsiębiorstwa.
małopolskie	Poddziałanie 3.3.2. Aktywność międzynarodowa małopolskich MŚP	wrzesień 2018 r.	Opracowanie i wdrażanie strategii/planu działalności międzynarodowej przedsiębiorstwa, np. poprzez udział w targach międzynarodowych.
mazowieckie	Poddziałanie 3.2.2. Internacjonalizacja przedsiębiorstw	kwiecień 2018 r.	Opracowanie strategii internacjonalizacji oraz wdrażanie strategii, np. poprzez udział w targach międzynarodowych.
opolskie	Działanie 2.4. Współpraca gospodarcza i promocja	czerwiec 2018 r.	Opracowanie nowych modeli biznesowych, w tym strategii dla działań międzynarodowych, otwieranie nowych kanałów biznesowych, dywersyfikacji geograficznej lub sektorowej, wsparcie współpracy gospodarczej przedsiębiorstw w wymiarze krajowym i międzynarodowym, udział w targach, pokazach technologii (jedynie jako mniejsza część projektu).
podlaskie	Poddziałanie 1.4.1. Promocja przedsiębiorczości oraz podniesienie atrakcyjności inwestycyjnej województwa	od 26.02.2018 r. do 30.05.2018 r.	Udział w targach międzynarodowych, wystawach, w wizytach studyjnych oraz misjach zagranicznych, organizacja zbiorowych wystaw na terenie woj. podlaskiego (wizyt potencjalnych zagranicznych partnerów handlowych).
warmińsko-mazurskie	Poddziałanie 1.3.5. Usługi dla MŚP	kwiecień 2018 r.	Usługi doradcze, informacyjne, organizacja udziału w międzynarodowych targach, wyjazdach biznesowych, misjach gospodarczych.
	Poddziałanie 1.4.4. Internacjonalizacja MŚP	kwiecień 2018 r.	Projekty inwestycyjne mające na celu przygotowanie oferty firmy do potrzeb internacjonalizacji.