

2016

Michał Polański

Dyrektor Departamentu Promocji Gospodarczej

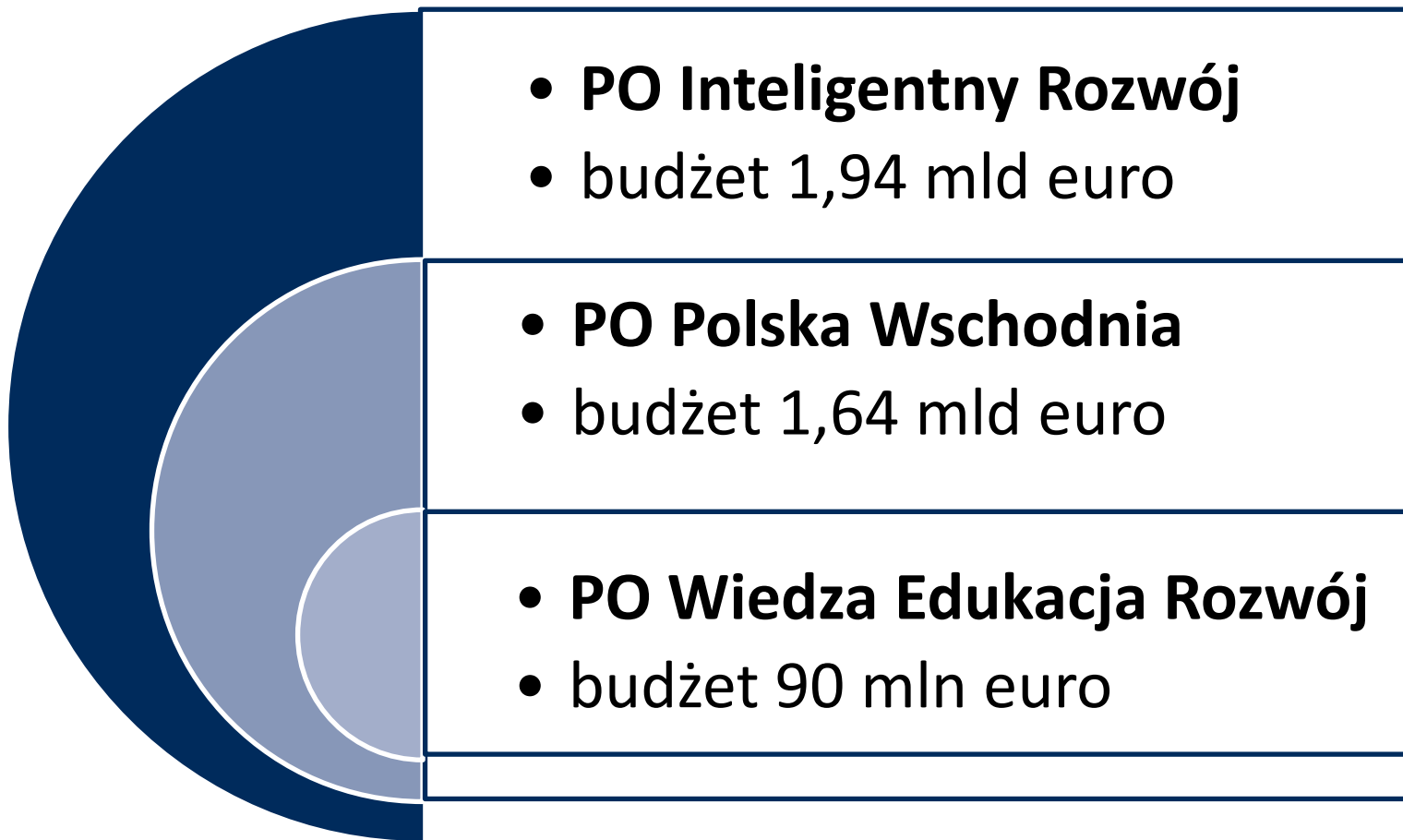
**Wsparcie eksportu w ramach działań PARP
Polskie Mosty Technologiczne
i Go to Brand.PL**

Warszawa, 4 maja 2016 r.

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

- ❖ **Agencja rządowa podlegająca Ministrowi Rozwoju.**
- ❖ **Misją PARP w latach 2014-2020 jest pomoc przedsiębiorcom w realizacji ich aspiracji wzrostu i pokonywaniu barier rozwojowych**
- ❖ **Agencja realizuje 6 celów strategicznych**
 - ❑ Wspieranie rozwoju nowych pomysłów i modeli biznesowych;
 - ❑ Inicjowanie i kompleksowe wspieranie aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw;
 - ❑ **Wspieranie przedsiębiorców sektora MSP we wchodzeniu na zagraniczne rynki;**
 - ❑ **Budowanie powiązań i wspieranie współpracy wśród przedsiębiorstw i ich otoczenia;**
 - ❑ Pomoc w kreowaniu polityki innowacyjnej państwa;
 - ❑ Tworzenie i promowanie innowacyjnych rozwiązań w sektorze publicznym.

PARP w programach operacyjnych 2014-2020



Projekt Polski Most Krzemowy

- ❑ Realizowany w latach 2013-2015 w partnerstwie z WPHI w Waszyngtonie – biurem w San Francisco *Silicon Valley Acceleration Center*.
- ❑ Pilotaż, którego celem było sprawdzenie efektywności mechanizmu wsparcia zaprojektowanego dla firm technologicznych.
- ❑ Adresowany do MŚP:
 - działających w sektorze nowoczesnych technologii, w tym, w branży IT/ICT
 - działających na rynku nie krócej niż rok i nie dłużej niż 10 lat
 - posiadających doświadczenia w prowadzeniu działalności na rynkach zagranicznych (min. 10% wartości sprzedaży poza krajem).



Polski Most Krzemowy - etapy projektu

- ❑ Etapy I i II - szkolenie otwierające i obóz (BootCamp), których celem było przygotowanie ich do w Dolinie Krzemowej
- ❑ Etap III - Program akceleracyjny, wyselekcjonowane firmy otrzymały wsparcie finansowe (55 tys. zł) na zakup usług mentoringowych oraz specjalistycznego doradztwa udzielanego przez ekspertów amerykańskich.
- ❑ Udział przedsiębiorców w wydarzeniach o charakterze promocyjnym oraz indywidualnych spotkaniach z potencjalnymi kontrahentami i inwestorami
- ❑ Przedsiębiorcy korzystali z asysty eksperta zatrudnionego przez WPHI w Waszyngtonie oraz biura projektu (sale spotkań, stanowiska do pracy)



Rezultaty



- ❑ Przeszkolono 72 polskie firmy, z których 60 uczestniczyło w obozach przygotowawczych BootCamp, 31 w programie akceleryacyjnym w Dolinie Krzemowej
- ❑ 29 uczestników programu akceleryacyjnego (z 31) wprowadziło zmiany w systemie organizacji i zarządzania firmą, strategii marketingowej (dostosowanie jej do potrzeb rynku USA), ofercie produktowej, procesie sprzedaży lub przyjętym modelu biznesowym
- ❑ 8 firm zawarło łącznie 24 umowy z partnerami ze Stanów Zjednoczonych, 18 firm jest w trakcie negocjacji kolejnych umów z amerykańskimi kontrahentami
- ❑ Uczestnicy projektu zarejestrowali w USA 5 spółek (przedstawicielstwa lub oddziały) - zarejestrowanie kolejnych 10 firm jest planowane do końca 2016 r.

Wnioski

- ❑ W Polsce istnieje grupa **młodych technologicznych firm** mogących z powodzeniem podjąć ekspansję na rynku Doliny Krzemowej
- ❑ Firmy te wymagają **selektywnego, dedykowanego wsparcia**, łączącego zarówno elementy finansowe, jak i pozafinansowe (doradztwo, szkolenia)
- ❑ Opracowany w ramach Projektu model pomocy zostanie zastosowany w działaniach skierowanych do młodych firm z branży IT/ICT w perspektywie finansowej 2014-2020
- ❑ Projekt „Polski Most Krzemowy” jako przykład dobrej praktyki dla organizacji otoczenia biznesu z państw grupy V4 (Grupa Wyszehradzka)
- ❑ Działania oparte na przyjętym modelu służą nie tylko wsparciu konkretnych firm, ale także przyczyniają się do **promocji polskiej gospodarki** na rynkach międzynarodowych
- ❑ Wiedza i kompetencje zdobyte przez uczestników projektu są **powielane**, dzięki kulturze biznesowej panującej w środowisku młodych firm technologicznych

Słabe punkty

- ❑ Firmy **nie dysponowały finalnym produktem** (a jedynie pomysłem biznesowym), lub też dysponowały produktem dopracowanym pod względem technologicznym, lecz niewystarczająco przetestowanym na grupie docelowej
- ❑ Brak wystarczających **środków finansowych** na udział w programie akcelerycyjnym (w ramach wydatków kwalifikowanych nie można było finansować podróży i kosztów pobytu na terenie USA) oraz dalszej ekspansji na rynku amerykańskim

Słabe punkty

Eksperci zagraniczni i uczestnicy projektu przyznawali, że do słabości polskich firm należy zaliczyć:

- **brak podejścia biznesowego** do realizowanych projektów (firma to nie technologia lecz biznes)
- **brak pełnej wiedzy** na temat potencjalnego kręgu klientów/odbiorców oferowanego produktu/usługi, niezrozumienie potrzeb zidentyfikowanej grupy docelowej i nieumiejętność dostosowania oferty do potrzeb rynku amerykańskiego
- **nieumiejętność sformułowania przekazu** marketingowego dostosowanego do potrzeb rynku amerykańskiego
- niewystarczającą znajomość amerykańskiej **kultury biznesowej**, w szczególności specyficznej kultury biznesowej panującej w Dolinie Krzemowej

Polskie Mosty Technologiczne



- ☐ Projekt oparty na doświadczeniach uzyskanych przy realizacji Polskiego Mostu Krzemowego
- ☐ Realizowany w ramach działania 3.3. POIR „*Wsparcie promocji oraz internacjonalizacji innowacyjnych przedsiębiorstw*”
- ☐ Wdrażany przez Ministerstwo Rozwoju w partnerstwie z PARP. W realizację projektu włączone WPHI
- ☐ Adresowany do MŚP działających w branżach wysokich technologii, w szczególności w obszarach Krajowych Inteligentnych Specjalizacji
- ☐ Wsparcie w zakresie ekspansji na rynki - Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Irlandii i Izraela (komponent PARP)
- ☐ Wsparcie podzielone na etapy: szkoleniowo-doradczy realizowany w kraju oraz program akceleratorowy realizowany za granicą
- ☐ W ramach projektu „Polskie Mosty Technologiczne” wsparciem zostanie objętych 350 firm, z tego 150 będzie uczestnikami programu akceleratorowego.
- ☐ Budżet na realizację projektu - 10 mln Euro

Brand.pl

poddziałanie 3.3.2 Programu Inteligentny Rozwój - POIR

Ministerstwo Rozwoju wyłoniło 12 branż wpisujących się w założenia KIS. Są to:

- ☐ Sprzęt medyczny – KIS nr 1;
- ☐ Maszyny i urządzenia – KIS nr 4, 8, 10;
- ☐ Kosmetyki – KIS nr 3
- ☐ IT/ICT – KIS nr 15, 19;
- ☐ Biotechnologia i farmaceutyka – KIS nr 3;
- ☐ Moda polska – KIS nr 13, 19;
- ☐ Budowa i wykańczanie budowli – KIS nr 8, 10;
- ☐ Jachty i łodzie – KIS nr 9, 13;
- ☐ Meble – KIS nr 4, 19;
- ☐ Polskie specjalności żywnościowe – KIS nr 4, 5;
- ☐ Sektor usług prozdrowotnych – KIS nr 2;
- ☐ Części samochodowe i lotnicze – KIS nr 9, 13.

Brand.pl

poddziałanie 3.3.2 Programu Inteligentny Rozwój – POIR

Dla każdej z branż przygotowana została dwuczęściowa koncepcja branżowego programu promocji:

- ☐ w ramach pierwszej części wyszczególniony został katalog działań promocyjnych, z którego mogą korzystać przedsiębiorcy w ramach finansowania z poddziałania 3.3.3 Programu Inteligentny Rozwój „Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand” realizowanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości,
- ☐ w drugiej części wyszczególniono działania promujące wybrane branże oraz polską gospodarkę m.in.: misje przyjazdowe kontrahentów, stoisk narodowych na najważniejszych imprezach targowych, zakup analiz/usług eksperckich na potrzeby branży, artykuły sponsorowane w prasie branżowej oraz działania informacyjno-promocyjne realizowane na rynkach, na których wdrażane będą poszczególne programy promocji.

Go to Brand.pl

poddziałanie 3.3.3 Programu Inteligentny Rozwój - POIR

- ☐ Głównym celem programu Go to Brand.pl (poddziałanie 3.3.3 Programu Inteligentny Rozwój - POIR) jest internacjonalizacja polskich przedsiębiorstw oraz wzrost innowacyjności gospodarki;
- ☐ Celem poddziałania jest udzielenie wsparcia przedsiębiorcom uczestniczącym w branżowych programach promocji oraz programach promocji o charakterze ogólnym.
- ☐ Poddziałanie ukierunkowane na promowanie polskich marek produktowych poprzez Markę Polskiej Gospodarki.
- ☐ W trakcie rozpatrywania wniosków priorytetowo traktowane będą firmy wprowadzające innowację produktową lub procesową.
- ☐ Alokacja na działanie przewidziana jest na poziomie 100 mln euro.
- ☐ Poziom dofinansowania wynosi do 50 proc. lub do 85 proc.
- ☐ Z działania mogą skorzystać mikro-, mali i średni przedsiębiorcy.

Go to Brand.pl

poddziałanie 3.3.3 Programu Inteligentny Rozwój - POIR

- ☐ Kontynuacja wspierania MSP w zakresie internacjonalizacji względem wdrażanych przez PARP i Ministerstwo Gospodarki w latach 2007 -2013 działania 6.1 PO IG i poddziałania 6.5.2 PO IG;
- ☐ Brak konieczności posiadania Planu Rozwoju Eksportu;
- ☐ Wsparcie skierowane zarówno dla początkujących eksporterów, jak i przedsiębiorstw z wieloletnią tradycją w tym obszarze
- ☐ Minimalna wartość projektu - brak
- ☐ Maksymalna wartość projektu - 1 000 000 PLN

Poddziałanie 3.3.3. POIR „Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand” - dofinansowanie



Koszty podlegające dofinansowaniu:

- wydatek wynajmu, budowy i obsługi stoiska wystawowego
- delegacji i zakwaterowania pracowników przedsiębiorcy uczestniczącego w targach i misjach gospodarczych
- transportu i ubezpieczenia w związku z udziałem w targach
- opłaty rejestracyjnej, w tym rezerwacji miejsca wystawowego na targach
- wpisu do katalogu targowego
- udziału w seminariach, kongresach i konferencjach
- informacyjno-promocyjne projektu

Poddziałanie 3.3.3. POIR „Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand” - dofinansowanie

W przypadku finansowania całości wydatków pomocą de minimis:

- ☐ Intensywność wsparcia uzależniona od posiadanego statusu
- ✓ Mikroprzedsiębiorstwa: do 85%
- ✓ Małe przedsiębiorstwa: do 80%
- ✓ Średnie przedsiębiorstwa: do 75%

UWAGA ! Z pomocy de minimis mogą skorzystać jedynie te podmioty, które posiadają wolny limit kwotowy do wykorzystania

Poddziałanie 3.3.3. POIR „Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand” - dofinansowanie

W przypadku finansowania projektu pomocą publiczną i pomocą de minimis:

- ☐ wydatek wynajmu, budowy i obsługi stoiska wystawowego (do 50 % - pomoc publiczna)
- ☐ pozostałe wydatki objęte są pomocą de Minimis (do 50 %) tj.:
- ☐ delegacji i zakwaterowania pracowników przedsiębiorcy uczestniczącego w targach i misjach gospodarczych;
- ☐ transportu i ubezpieczenia w związku z udziałem w targach;
- ☐ opłaty rejestracyjnej, w tym rezerwacji miejsca wystawowego na targach;
- ☐ wpisu do katalogu targowego;
- ☐ udziału w seminariach, kongresach i konferencjach ;
- ☐ informacyjno- promocyjne projektu.

Poddziałanie 3.3.3. POIR „Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand” - Terminy

- ☐ ogłoszenie konkursu 16 maja 2016 r., rozpoczęcie naboru wniosków, 24 czerwca 2016 r., zakończenie naboru wniosków 5 sierpnia 2016 r.- alokacja 100 mln zł.
- ☐ ogłoszenie konkursu 10 października 2016 r. rozpoczęcie naboru wniosków 14 listopada 2016 r. zakończenie naboru wniosków 16 grudnia 2016 r. alokacja 200 mln zł.

Branżowy program promocji IT/ICT

- ❑ Program branżowy realizowany przez PARP
- ❑ Cel: Prezentacja polskiej oferty produktów i usług IT wśród partnerów zagranicznych oraz promocja Polski jako kraju wytwarzającego zaawansowane technologie i usługi, oferującego interesujące i innowacyjne rozwiązania, posiadającego potencjał do rozwoju na rynkach zagranicznych.
- ❑ Czas realizacji: 2016-2019
- ❑ Budżet: 4 900 000 zł
- ❑ Liczba wydarzeń w katalogu imprez objętych dofinansowaniem w ramach działania 3.3.3 POIG: 60
- ❑ Liczba wydarzeń, na których zostaną zorganizowane stoiska narodowe: 14

Branżowy program promocji IT – po raz pierwszy dla startupów

- ❑ W latach 2007-2013 ze względu na wymogi formalne **startupy zostały praktycznie wykluczone** z uczestnictwa w Branżowym programie promocji IT/ICT.
- ❑ W perspektywie 2014-2020 program **po raz pierwszy** został dostosowany również do potrzeb startupów.
- Minimalna liczba wydarzeń, w których firmy deklarują udział to 6 (2 na rok)
- W katalogu imprez objętych dofinansowaniem znajdują się wydarzenia dedykowane szczególnie startupom

Duże przedsięwzięcia promocyjne

- ❑ Ministerstwo Rozwoju oraz PARP wspierają duże przedsięwzięcia promocyjne o znaczeniu światowym, na których prezentowany jest potencjał polskiej gospodarki.
- Są to m.in.
 - ✓ EXPO 2017 Astana
 - ✓ Cosmoprof 2016 Bolonia,
 - ✓ Hannover Messe 2017.



Dziękuję za uwagę!

Michał Polański

Dyrektor

Departament Promocji Gospodarczej
Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

www.parp.gov.pl

Znajdź nas na

