



# Program promocji branży budowy i wykańczania budowli – informacja dla przedsiębiorców

wersja nr IV z dnia 01.03.2017 r.

---

## I. Informacje o programie promocji.

Program promocji branży budowy i wykańczania budowli 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 budowy i wykańczania budowli. Program promocji przygotowany został w taki sposób aby zapewnić komplementarność działań podejmowanych na rzecz promocji polskiego sektora budowlanego.

## 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>):

16.2 – Produkcja wyrobów z drewna, korka, słomy i materiałów używanych do wyplatania – z wyłączeniem 16.24.Z.

17.11.Z. – Produkcja masy włóknistej;

17.24.Z. - Produkcja tapet;

20.1 – produkcja podstawowych chemikaliów, nawozów i związków azotowych, tworzyw sztucznych i kauczuku syntetycznego w formach podstawowych – z wyłączeniem 20.11.Z i 20.15.Z.;

20.30.Z. – Produkcja farb, lakierów i podobnych powłok, farb drukarskich i mas uszczelniających;

20.52.Z. – Produkcja klejów;

20.60.Z. – Produkcja włókien chemicznych;

22.19.Z. – Produkcja pozostałych wyrobów z gumy;

22.2. – Produkcja wyrobów z tworzyw sztucznych ;

23. – Produkcja wyrobów z pozostałych mineralnych surowców niemetalicznych;

24. – Produkcja metali – z wyłączeniem 24.43.Z., 24.46.Z.;

<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.).





- 25.- Produkcja metalowych wyrobów gotowych z wyłączeniem maszyn i urządzeń – z wyłączeniem 25.40.Z., 25.71.Z.;
- 26. – Produkcja komputerów, wyrobów elektronicznych i optycznych – z wyłączeniem 26.2., 26.4., 26.52.Z., 26.6., 26.7., 26.8.;
- 27.– Produkcja urządzeń elektrycznych;
- 28.1. – Produkcja maszyn ogólnego przeznaczenia – z wyłączeniem 28.11.Z., 28.13.Z., 28.15.Z.;
- 28.2. – Produkcja pozostałych maszyn ogólnego przeznaczenia – z wyłączeniem 28.23.Z.;
- 32.91.Z.- Produkcja mioteł, szczotek, pędzli;
- 36.00.Z – Pobór, uzdatnianie i dostarczanie wody
- 41. – Roboty budowlane związane ze wznoszeniem budynków;
- 42. – Roboty związane z budową obiektów inżynierii lądowej i wodnej;
- 43. – Roboty budowlane specjalistyczne;
- 71.1. – Działalność w zakresie architektury i inżynierii oraz związane z nią doradztwo techniczne.

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

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 z poniższych pozaunijnych rynków perspektywicznych, który będzie zgodny ze strategią ekspansji firmy:
  - a. Kazachstan
  - b. Azerbejdżan
  - c. Rosja
  - d. Iran
  - e. Ukraina
  - f. Zjednoczone Emiraty Arabskie (ZEA)
  - g. Turcja
  - h. Norwegia





2. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, zobowiązany jest do wzięcia udziału w charakterze wystawcy w przynajmniej sześciu (6) działaniach targowych, o których mowa poniżej, przy czym przynajmniej trzy (3) z tych działań stanowić powinny imprezy targowe, w ramach których zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne, w tym przynajmniej jedno (1) stanowić powinna impreza targowa na wybranym w ramach pkt.IV.A.1 rynku perspektywnym, podczas której zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne.

Tabela nr 1.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
1.	INTERBUILDEXPO	Kijów, UKRAINA	Marzec 2017, 2018, 2019	Marzec 2018
2.	INTERNATIONAL INDUSTRIAL FORUM	Kijów, UKRAINA	Listopad 2017, 2018, 2019	
3.	AQUA THERM KIEV	Kijów, UKRAINA	Maj 2017, 2018, 2019	
4.	ELCOM UKRAINE	Kijów, UKRAINA	Kwiecień 2017, 2018, 2019	
5.	BUDPRAGRES	Mińsk, BIAŁORUŚ	Wrzesień 2017, 2018, 2019	Wrzesień 2018
6.	ENERGY EXPO	Mińsk, BIAŁORUŚ	Październik 2017, 2018, 2019	
7.	MOSBUILD/ WorldBuild Moscow	Moskwa, ROSJA	Kwiecień 2017, 2018, 2019	Kwiecień 2018
8.	AQUA THERM MOSCOW	Moskwa, ROSJA	Luty 2018, 2019	
9.	INTERLIGHT	Moskwa, ROSJA	Listopad 2017, 2018, 2019	
10.	SWISSBAU	Basel, SZWAJCARIA	Styczeń 2018	
11.	BYGG REIS DEG	Lillestrom (Oslo) NORWEGIA	Październik 2017, 2019	Październik 2017
12.	Eliaden (budowlano – energetyczne)	Oslo NORWEGIA	Maj/Czerwiec 2018	
13.	VVS Dagene	Lillestrom NORWEGIA	Październik 2018	
14.	KAZBUILD/ WorldBuild Almaty	Ałmaty, KAZACHSTAN	Wrzesień 2017, 2018, 2019	Wrzesień 2018



	AquaTherm			
15.	POWER – KAZ-INDUSTRY	Ałmaty, KAZACHSTAN	Maj 2017, 2018, 2019	
16.	BAKU BUILD/ WorldBuild Baku	Baku, AZERBEJDŻAN	Październik 2017, 2018, 2019	Październik 2017
	AquaTherm			
17.	BUILD4ASIA	HONG KONG, CHINY	Maj 2018	
18.	VIETNAM INTERNATIONAL CONSTRUCTION & BUILDING EXHIBITION	Ho CHI MINH City, WIETNAM	Czerwiec 2017, 2018, 2019	
19.	YAPI /TurkeyBuild Istambul	Stambuł, TURCJA	Maj 2017, 2018, 2019	Maj 2018
20.	IRANCONFAIR	Teheran, IRAN	Sierpień 2017, 2018, 2019	Sierpień 2017
21.	BUILDEXPO	Tebriz, IRAN	Maj 2017, 2018, 2019	
22.	PROJECT IRAN	Teheran, IRAN	Kwiecień 2017, 2018, 2019	Kwiecień 2018
23.	SITP INTERNATIONAL PUBLIC WORKS AND CONSTRUCTION TRADE FAIR	Algier, ALGERIA	Listopad 2017, 2018, 2019	
24.	THE BIG FIVE	Dubaj, ZEA	Listopad 2017, 2018, 2019	Listopad 2018
25.	ELECTRICITY MIDDLE EAST	Dubaj, ZEA	Luty 2017, 2018, 2019	
26.	THE BIG SHOW	Maskat, OMAN	Marzec 2017, 2018, 2019	
27.	PROJECT QATAR	Doha, KATAR	Maj 2017, 2018, 2019	
28.	AFRICA BUILD	Lagos, NIGERIA	Luty 2017, 2018, 2019	





29.	IBS SHOW	Orlando, USA Las Vegas, USA	Styczeń 2018 Styczeń 2019	
30.	WORLD OF CONCRETE	Las Vegas, USA	Styczeń 2018, 2019	

Tabela nr 2.

L.p	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
1.	BALTIMAT	Paryż, FRANCJA	Listopad 2017, 2019	
2.	EQUIPBAIE	Paryż, FRANCJA	Listopad 2018	
3.	BAU	Monachium, NIEMCY	Styczeń 2019	Styczeń 2019
4.	BAUTEC	Berlin, NIEMCY	Luty 2018	
5.	IFAT	Monachium, NIEMCY	Maj 2018	
6.	FENSTERBAU FRONTALE	Norymberga, NIEMCY	Marzec 2018	
7.	ISH	Frankfurt, NIEMCY	Marzec 2017, 2019	
8.	LIGHT&BUILDING	Frankfurt, NIEMCY	Marzec 2018	
9.	R+T Stuttgart	Stuttgart, Niemcy	Luty/marzec 2018	
10.	MADE EXPO	Mediolan, WŁOCHY	Marzec 2017, 2019	
11.	SAIE + SMART BUILDING	Bolonia, WŁOCHY	Październik 2017, 2018, 2019	
12.	SICUREZZA	Mediolan, WŁOCHY	Listopad 2017, 2019	
13.	ECOBUILD	Londyn, WIELKA BRYTANIA	Marzec 2017, 2018, 2019	
14.	AQUATECH	Amsterdam, HOLANDIA	Listopad 2017 2018, 2019	
15.	NORDBYGG	Sztokholm, SZWECJA	Kwiecień 2018	
16.	BUDMA	Poznań, POLSKA	Luty 2018, 2019	
	WinDoor-tech		Luty 2019	





L.p	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
	Kominki		Luty/marzec 2018	
17.	Securex	Poznań, POLSKA	Kwiecień 2017, 2018, 2019	
	Instalacje		Kwiecień 2018	

- 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 [Portal Promocji Eksportu](#).

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

- 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).
- 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 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. ( z wyłączeniem krajów UE)\*.  
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 odwiedzających kontrahentów. Raport z misji gospodarczej jest przedstawiany Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości w celach informacyjnych.
- Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, 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 trzy (3) dni na miejscu i obejmować minimum: spotkanie/a z minimum dwoma (2) kontrahentami, organizację pokazu bądź prezentacji dla kontrahentów.





Przedsiębiorca biorący udział w misji gospodarczej jest zobowiązany po odbyciu misji przedstawić raport z przebiegu misji gospodarczej zawierający w szczególności program misji, w tym program spotkań b2b oraz dane kontaktowe odwiedzających kontrahentów. Raport z misji gospodarczej jest przedstawiany Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości w celach informacyjnych.

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 max. sześć (6) przyjazdowych misji gospodarczych (wizyt studyjnych), których celem jest prezentacja produktu oraz organizacja pokazu. Misja gospodarcza przyjazdowa może zostać zorganizowana wyłącznie dla dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą budowy i wykańczania budowli pochodzących z krajów, o których mowa w pkt IV.A.1<sup>3</sup>. 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 uczestniczący w misji opublikuje w reprezentowanym przez siebie czasopiśmie, portalu internetowym, artykuł będący wynikiem uczestnictwa 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 oraz dane kontaktowe uczestników misji. Raport z misji jest przedstawiany Realizatorowi branżowego programu promocji branży budowy i wykańczania budowli 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.

<sup>3</sup> 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).

<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.





Księga wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki w tym panelu promocyjnego MPG dostępne są na stronie [Portal Promocji Eksportu](#) i [Ministerstwa Rozwoju](#) bądź możliwe do pozyskania u Realizatora branżowego programu promocji branży sprzętu medycznego.

## V. Działania promocyjne ogólne promujące całą branżę budowy i wykańczania budowli.

1. Realizator branżowego programu promocji branży budowy i wykańczania budowli zostanie wybrany przez Ministerstwo Rozwoju zgodnie z ustawą Prawo zamówień publicznych. Informacja o wyborze Realizatora branżowego programu promocji branży budowy i wykańczania budowli zostanie zamieszczona na stronie internetowej [Ministerstwa Rozwoju](#) i [Portal Promocji Eksportu](#).
2. W ramach działań ogólnych promujących branżę budowy i wykańczania budowli zaplanowano:\*\*
  - organizację misji przyjazdowych typu Study Tour dla zagranicznych dziennikarzy i kontrahentów z krajów o których mowa w punkcie IV.A.1.(z wyjątkiem Norwegii). Misje zostaną zorganizowane w latach 2017 - 2019 r., podczas odbywania się branżowych targów w Polsce;
  - 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 branży budowy i wykańczania budowli na narodowych stoiskach informacyjno-promocyjnych to m.in.:
    - organizacja punktu informacyjnego o polskim sektorze produktów i usług budowlanych;
    - organizacja strefy spotkań matchmakingowych;
    - poczęstunek;
    - profesjonalny film reklamowy prezentujący polską branżę budowy i wykańczania budynków na ekranach LCD;
    - materiały informacyjne (katalogi, ulotki) prezentujące polskie firmy z branży;
    - 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;

\* zmiana wprowadzona w dniu 9 lutego 2017 r., polegająca na dodaniu zdania: (z wyłączeniem krajów UE)

\* zmiana z dnia 01.03.17r. dotyczy zakresu działań promocyjnych promujących całą branżę i dotyczy pkt. V.2.

