

Program promocji branży IT/ICT- informacja dla przedsiębiorców – wersja VIII z dnia 06.11.2017 r.

I. Informacje o programie promocji.

Program promocji branży IT/ICT 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 IT/ICT. Program promocji przygotowany został w taki sposób, aby zapewnić komplementarność działań podejmowanych na rzecz promocji polskich produktów i usług IT/ICT.

II. Adresaci programu promocji.

1. Program skierowany jest do Mikro, Małych i Średnich przedsiębiorców¹ promujących markę produktową przedsiębiorcy, którzy prowadzą działalność gospodarczą w ramach przynajmniej jednej z poniższych kategorii działalności (PKD 2007)²:

- a) 26.1 – produkcja elektronicznych elementów i obwodów drukowanych
- b) 26.2 – produkcja komputerów i urządzeń peryferyjnych
- c) 26.3 – produkcja sprzętu
- d) 26.4 – produkcja elektronicznego sprzętu powszechnego użytku
- e) 26.8 – produkcja magnetycznych i optycznych niezapisanych nośników informacji
- f) 58.2 – działalność wydawnicza w zakresie oprogramowania
- g) 62.0 – działalność związana z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalność powiązana
- h) 63.1 – przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi.

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.).

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 z późn. zm.). 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 obowiązkowych działań promocyjnych:

1. Przedsiębiorca zobowiązany jest wybrać przynajmniej jeden z poniższych pozaunijnych rynków perspektywicznych, który będzie zgodny ze strategią ekspansji firmy:
 - a) Brazylia,
 - b) Japonia,
 - c) Korea Południowa,
 - d) Stany Zjednoczone Ameryki Północnej (USA),
 - e) Iran,
 - f) Izrael,
 - g) Zjednoczone Emiraty Arabskie (ZEA).
2. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, zobowiązany jest do wzięcia udziału w charakterze wystawcy w przynajmniej czterech (4) 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 wybranym przez przedsiębiorcę z określonych w pkt IV.A.1, w ramach której zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne.

Tabela nr 1. Wykaz targów branżowych organizowanych na rynkach perspektywicznych.

| L.p. | Nazwa targów | Miejsce odbywania się targów | Termin odbywania się targów | Narodowe stoisko informacyjne |
|------|--------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Futurecom | Rio de Janeiro / Sao Paulo, Brazylia | IV kwartał 2017 , IV kwartał 2018, IV kwartał 2019 | IV kwartał 2017 – organizacja 50 m ² stoiska promocyjno - informacyjnego polskiej branży IT/ICT |

| | | | | |
|-----|--------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. | Brazil Game Show | Sao Paulo, Brazylia | IV kwartał 2017, III/IV kwartał 2018 III/IV kwartał 2019 | |
| 3. | Rio Info | Rio de Janeiro, Brazylia | III kwartał 2018 III kwartał 2019 | |
| 4. | Japan IT Week (edycja wiosenna i jesienna) | Tokio, Japonia | IV kwartał 2017, II kwartał 2018, IV kwartał 2018 II kwartał 2019 IV kwartał 2019 | II kwartał 2018 – organizacja 50 m ² stoiska promocyjno - informacyjnego polskiej branży IT/ICT |
| 5. | Tokyo Game Show | Tokio, Japonia | III kwartał 2018 III kwartał 2019 | |
| 6. | 3D & Virtual reality Expo (IVR) | Tokio, Japonia | II kwartał 2018; II kwartał 2019 | |
| 7. | CEATEC Japan | Chiba, Japonia | IV kwartał 2017, IV kwartał 2018 IV kwartał 2019 | |
| 8. | INTEROP Tokyo | Chiba, Japonia | II kwartał 2018, II kwartał 2019 | |
| 9. | Gitex Technology | Dubaj, Zjednoczone Emiraty Arabskie | IV kwartał 2017, IV kwartał 2018, IV kwartał 2019 | |
| 10. | Gitex Shopper | Dubaj, Zjednoczone Emiraty Arabskie | I/II kwartał 2018, I/II kwartał 2019 | |
| 11. | IOTX the Big Data Show | Dubaj, Zjednoczone Emiraty Arabskie | I/II kwartał 2018, I/II kwartał 2019 | |
| 12. | G-STAR | Pusan, Korea Południowa | IV kwartał 2017, IV kwartał 2018, IV kwartał 2019 | IV kwartał 2018 – organizacja 50 m ² stoiska promocyjno - informacyjnego polskiej branży IT/ICT |
| 13. | MK SMART TECH SHOW | Seul, Korea Południowa | II kwartał 2018 II kwartał 2019 | |
| 14. | World IT Show | Seul, Korea Południowa | II kwartał 2018, II kwartał 2019 | |

| | | | | |
|-----|------------------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 15. | E3 | Los Angeles, USA | II kwartał 2018, II kwartał 2019 | |
| 16. | Consumer Electronic Show (CES) | Las Vegas, USA | I kwartał 2018, I kwartał 2019 | |
| 17. | IoT World | Santa Clara, USA | II kwartał 2018, II kwartał 2019 | |
| 18. | PAX West | Seattle, USA | III kwartał 2018, III kwartał 2019 | |
| 19. | PAX East | Boston, USA | I/II kwartał 2018, I/II kwartał 2019 | |
| 20. | GameStop Expo | Anaheim, USA | III kwartał 2018, III kwartał 2019 | |
| 21. | Cloud Expo/Internet of Things Expo | Nowy York, USA | II kwartał 2018, II kwartał 2019 | |
| | | Santa Clara, USA | IV kwartał 2017, IV kwartał 2018, IV kwartał 2019 | |
| 22. | Techcrunch Disrupt | San Francisco, USA | III kwartał 2018, III kwartał 2019 | III kwartał 2018 – organizacja 8 m ² stoiska promocyjno - informacyjnego polskiej branży IT/ICT |
| 23. | Casual Connect USA | Seattle, USA | III kwartał 2018, III kwartał 2019 | |
| 24. | Game Developers Conference & Expo | San Francisco, USA | I kwartał 2018, I kwartał 2019 | |
| 25. | SXSW | Austin, USA | I kwartał 2018, I kwartał 2019 | |
| 26. | Precision Farming Expo | USA | IV kwartał 2017, IV kwartał 2018, IV kwartał 2019 | |
| 27. | Cybertech | Tel Awiw, Izrael | I kwartał 2018, I kwartał 2019 | |
| 28. | Casual Connect Tel Awiw | Tel Awiw, Izrael | IV kwartał 2017, IV kwartał 2018, IV kwartał 2019 | |
| 29. | DLD | Tel Awiw, Izrael | III kwartał 2018, III kwartał 2019 | |

| | | | | |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------------------------------------------------|--|
| 30. | HLS & Cyber | Tel Awiw, Izrael | IV kwartał 2018, IV kwartał 2019 | |
| 31. | Mobile Summit | Tel Awiw, Izrael | IV kwartał 2017, IV kwartał 2018, IV kwartał 2019 | |
| 32. | International ICT & Digital media Exhibition (ITDMEX) | Teheran, Iran | I kwartał 2018, I kwartał 2019 | |
| 33. | INOTEX – International Innovation and Technology Exhibition | Teheran, Iran | II kwartał 2018, II kwartał 2019 | |
| 34. | International Electronics, consumer Electronics, Computer & E-Commerce Exhibition in Iran (Elecomp) | Teheran, Iran | IV kwartał 2017, IV kwartał 2018, IV kwartał 2019 | |
| 35. | Iran Telecom | Teheran, Iran | III kwartał 2018, III kwartał 2019 | |

Tabela nr 2. Wykaz targów branżowych organizowanych na rynkach zagranicznych poza UE.

| L.p. | Nazwa targów | Miejsce odbywania się targów | Termin odbywania się targów | Narodowe stoisko informacyjne |
|------|--------------------------------------------|------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------------|
| 1. | EB Games Expo | Sydney, Australia | IV kwartał 2017, IV kwartał 2018, IV kwartał 2019 | |
| 2. | Casual Connect Asia | Singapur | II kwartał 2018, II kwartał 2019 | |
| 3. | Data Center World Asia/ Cloud Expo Asia | Singapur | IV kwartał 2017, IV kwartał 2018, IV kwartał 2019 | |
| 4. | Igromir | Moskwa, Rosja | III/IV kwartał 2018, III/IV kwartał 2019 | |
| 5. | Data Center World Asia | Hongkong, Chiny | II kwartał 2018, II kwartał 2019 | |
| 6. | ITS World Congress | Montreal, Kanada | IV kwartał 2017 | |

Tabela nr 3. Wykaz targów branżowych organizowanych na rynkach UE.

| L.p. | Nazwa targów | Miejsce odbywania się targów | Termin odbywania się targów | Narodowe stoisko informacyjne |
|------|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | CeBIT | Hanower, Niemcy | I kwartał 2018, I kwartał 2019 | |
| 2. | Gamescom | Kolonia, Niemcy | III kwartał 2018, III kwartał 2019 | |
| 3. | International Games Week Berlin | Berlin, Niemcy | II kwartał 2018, II kwartał 2019 | |
| 4. | International Astronautical congress (IAC) | Brema, Niemcy | III/IV kwartał 2018 | |
| 5. | Mobile World Congress | Barcelona, Hiszpania | I kwartał 2018, I kwartał 2019 | I kwartał 2018 – organizacja 50 m ² stoiska promocyjno - informacyjnego polskiej branży IT/ICT |
| 6. | Smart City Expo | Barcelona, Hiszpania | IV kwartał 2017, IV kwartał 2018, IV kwartał 2019 | |
| 7. | Data Centre World/ Cloud Expo Europe/ Smart IoT London/ Cloud Security Expo | Londyn, Wielka Brytania | I/II kwartał 2018 I/II kwartał 2019 | |
| 8. | UC EXPO | Londyn, Wielka Brytania | II kwartał 2018, II kwartał 2019 | |
| 9. | Service Desk & IT Support Show | Londyn, Wielka Brytania | II kwartał 2018, II kwartał 2019 | |
| 10. | Mobile Game Forum London | Londyn, Wielka Brytania | I kwartał 2018, I kwartał 2019 | |
| 11. | M2M World Congress | Londyn, Wielka Brytania | II kwartał 2018, II kwartał 2019 | |
| 12. | Pioneers Festival | Wiedeń, Austria | II kwartał 2018, II kwartał 2019 | II kwartał 2018 – organizacja 8 m ² stoiska promocyjno - informacyjnego polskiej branży IT/ICT |
| 13. | Web Summit | Lizbona, Portugalia | IV kwartał 2017, IV kwartał 2018, IV kwartał 2019 | IV kwartał 2017 oraz IV kwartał 2018 – organizacja 8 m ² stoiska promocyjno - informacyjnego polskiej branży IT/ICT |
| 14. | Slush | Helsinki, Finlandia | IV kwartał 2017, IV kwartał 2018, IV kwartał 2019 | |
| 15. | ESA ISD Industry Space Days | Noordwijk, Holandia | III kwartał 2018 | |

3. 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).

Przedsiębiorca może zakupić jedną usługę doradczą niezależnie od liczby wybranych rynków perspektywicznych określonych w pkt. IV.A.1, która może dotyczyć przygotowania wejścia na jeden lub więcej wybranych rynków perspektywicznych.

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.

4. Przedsiębiorca, w trakcie całego programu, niezależnie od liczby wybranych rynków perspektywicznych z określonych w pkt. IV.A.1, zobowiązany jest do wzięcia udziału w przynajmniej dwóch (2) działaniach z pkt. B, przy czym co najmniej 2 działania muszą dotyczyć wskazanych przez przedsiębiorcę pozaunijnych rynków perspektywicznych określonych w pkt IV.A.1.
Przedsiębiorca może wziąć udział w dwóch działaniach tego samego rodzaju, o których mowa w pkt. B jeśli program nie ogranicza takiej możliwości.
5. Przedsiębiorca, do dnia złożenia wniosku o dofinansowanie powinien zarejestrować i zweryfikować swoją firmę na [Portal Promocji Eksportu](#).

B. Zakres wymaganych rodzajów działań promocyjnych:

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, których celem jest rozpoznanie rynku, nawiązanie kontaktów biznesowych, wymiana doświadczeń, co doprowadzić powinno do nawiązania współpracy handlowej.

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 3 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 tabeli 1 i 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.

Wyjazdowa grupowa misja gospodarcza może być zorganizowana samodzielnie przez przedsiębiorcę.

3. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość organizacji indywidualnej misji gospodarczej do wskazanego przez przedsiębiorcę pozaunijnego rynku perspektywicznego z krajów wymienionych w pkt. IV.A.1. W ramach misji możliwe jest wzięcie udziału w międzynarodowym wydarzeniu branżowym wskazanym w tabeli 1 w pkt. IV.A.2. Misja powinna mieć charakter indywidualnego wyjazdu przedsiębiorcy, trwającego nie dłużej niż 3 dni na miejscu.

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 6 przyjazdowych misji gospodarczych (wizyt studyjnych) dla dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą IT/ICT, których celem jest prezentacja produktu oraz organizacja pokazu. Misja gospodarcza przyjazdowa może zostać zorganizowana wyłącznie dla dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą IT/ICT 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 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 misji⁴.

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 w celach informacyjnych.

C. Zakres uzupełniających rodzajów działań promocyjnych:

Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość realizacji działań informacyjno – promocyjnych, w ramach których refundowane będą koszty:

³ 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).

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.

- a) nabycia lub wytworzenia oraz instalacji elementów dekoracyjnych uwzględniających założenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki tj. panelu promocyjnego MPG⁵,
- 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 i cyfrowych,
- d) przygotowania lub tłumaczenia strony internetowej wnioskodawcy,
- e) produkcji i emisji spotów i filmów informacyjno-promocyjnych.

Księga wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki w tym panelu promocyjnego MPG dostępne są na [Portal promocii Eksportu](#) i stronie [Ministerstwa Rozwoju](#) bądź możliwe do pozyskania u realizatora branżowego programu promocji branży IT/ICT, tj. w Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.

V. Działania promocyjne ogólne promujące całą branżę.

1. Operatorem branżowego programu promocji w zakresie realizacji działań ogólnych promujących polską branżę IT/ICT jest Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
2. W ramach działań ogólnych promujących polską branżę IT/ICT zaplanowano:
 - uruchomienie podstron internetowych programu wraz z katalogiem polskich firm IT/ICT,
 - opracowanie raportu w wersji polskiej i angielskiej nt. polskiej branży IT/ICT,
 - 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 korzystania z usług informacyjnych obsługi narodowego stoiska informacyjno-promocyjnego o zakresie produktów i lokalizacji stoiska firmy;
 - możliwość zaprezentowania filmu reklamowego firmy na urządzeniach multimedialnych zainstalowanych na stoisku promocyjno-informacyjnym, po wcześniejszym uzgodnieniu z organizatorem stoiska;
 - możliwość zorganizowania pokazu/prezentacji oferty firmy na stoisku informacyjnym, po wcześniejszym uzgodnieniu z organizatorem stoiska.

⁵ Panel promocyjny Marki Polskiej Gospodarki stanowi obowiązkowy element stoiska wystawienniczego.