

## **Eksport pytań: Go to Brand**

### **Czy mogę zorganizować misję wyjazdową jedna po drugiej?**

W nowych edycjach branżowych programów promocji został przyjęty, odmienny od dotychczasowego, sposób określenia rynków perspektywicznych, jako obszarów obejmujących kilka bądź nawet kilkanaście krajów. Zasady opisane w branżowych programach promocji, dopuszczają realizację misji wyjazdowej, która zgodnie z pkt. II.1.2 Programu, w części finansowanej z poddziałania 3.3.3 PO IR nie może trwać dłużej niż 3 dni na miejscu, i jednocześnie:

- ma na celu rozpoznanie rynku i nawiązanie kontaktów biznesowych,
- może być połączona z uczestnictwem przedsiębiorcy w wydarzeniu targowym lub targowo-konferencyjnym w charakterze zwiedzającego (w tym w wydarzeniu, na którym jest organizowane narodowe stoisko informacyjno-promocyjne) lub też zostać zorganizowana niezależnie od tego wydarzenia,
- obejmuje organizację co najmniej 3 spotkań biznesowych z udziałem potencjalnych kontrahentów,
- ponadto, program misji wyjazdowej może obejmować dodatkowe elementy takie jak: udział w imprezie targowej, konferencji branżowej, organizację pokazów, prezentacji oraz wizyt w siedzibach (zakładach produkcyjnych) kontrahentów.

Z tego względu możliwe jest zorganizowanie jednej misji wyjazdowej, która będzie trwała 3 dni na miejscu i będzie realizowana na:

- jednym rynku, rozumianym jako jeden kraj z krajów należących do danego rynku perspektywicznego, np. Kanada z rynku Ameryka Północna,
- więcej niż jednym rynku (kraju) z krajów należących do danego rynku perspektywicznego, np. Turcja i Iran z rynku Bliski Wschód,
- więcej niż jednym rynku (kraju) z krajów należących do różnych rynków perspektywicznych, np. Gruzja z rynku Europa Centralna i Wschodnia i Rosja z rynku państwa BRIC,
- dowolnym rynku wskazanym przez przedsiębiorcę we wniosku o dofinansowanie, przy uzasadnieniu celowości danego działania promocyjnego (również w schemacie połączenia z krajem z rynku perspektywicznego).

Możliwe jest również zorganizowanie następujących bezpośrednio jedna po drugiej, kilku misji wyjazdowych (każda może trwać 3 dni na miejscu), gdzie początek pierwszej misji wyjazdowej jest w Polsce; drugiej w kraju, na którym jest organizowana pierwsza misja; trzeciej w kraju, na którym jest organizowana druga misja itd. W tym przypadku mogą to być kraje zarówno z tego samego rynku perspektywicznego, jak i z różnych rynków perspektywicznych. Zadanie dot. misji wyjazdowej musi być tak opisane w części XI wniosku o dofinansowanie, aby oceniający mogli w sposób nie budzący wątpliwości ustalić czas i miejsce jej organizacji oraz koszty jej realizacji. Każda zaplanowana we wniosku o dofinansowanie misja wyjazdowa będzie podlegała weryfikacji pod kątem spełnienia warunków wynikających z branżowego programu promocji wskazanego w danym wniosku o dofinansowanie. W przypadku wątpliwości, wnioskodawca może być wezwany do wyjaśnienia lub uzupełnienia wniosku o dofinansowanie, również w zakresie budżetu planowanego na przeprowadzenie misji wyjazdowej.

### **Jaka liczba usług doradczych może być kwalifikowana w projekcie?**

Przedsiębiorca może zakupić jedną usługę doradczą w zakresie przygotowania wejścia na pozaunijny rynek perspektywiczny wskazany w programie branżowym, w związku z udziałem w imprezie targowej lub targowo konferencyjnej odbywającej się na tym rynku. Niezależnie od tego, ile rynków perspektywicznych wybierze Przedsiębiorca, kwalifikowany będzie zakup jednej usługi doradczej

dotyczącej umiędzynarodowienia przedsiębiorcy na wybranym rynku perspektywicznym. Usługa doradcza może dotyczyć więcej niż jednego kraju w ramach danego rynku perspektywicznego lub krajów z różnych rynków perspektywicznych, o ile podmiot, od którego zostanie nabyta będzie posiadał potencjał i potwierdzone doświadczenie w zakresie świadczenia tego typu usług na wybranych rynkach.

## **VIII Programy promocji - Czy działania promocyjno-informacyjne też należy w tym miejscu wpisać? Jeśli tak, to w jaki sposób określić kraj? Materiały promocyjne zamierzamy wykorzystywać w różnych krajach, a można zdefiniować tylko jeden.**

Działania informacyjno-promocyjne należy wpisać do tabeli w części VIII PROGRAMY PROMOCJI. Nie należy jedynie wypełniać kolumny „Adres oficjalnej strony internetowej wydarzenia branżowego” oraz „Narodowe Stoisko Informacyjno-Promocyjne. Dla dodatkowych działań promocyjnych określonych w pkt. II.5. Branżowego programu promocji, należy wskazać rynek perspektywiczny. Jeśli dla projektu zostanie określony więcej niż jeden rynek perspektywiczny, należy wpisać ten, na którym będzie realizowana najistotniejsza część projektu tzn. będzie na nim realizowane najwięcej działań promocyjnych. Jednocześnie w opisie tego zadania w zakresie rzeczowym w części XI wniosku należy wskazać, w jakim języku materiały zostaną przygotowane i na jakim rynku będą wykorzystane w związku z udziałem w targach czy misjach wyjazdowych.

## **Promocja ma się odbywać na 8 rynkach. Czy jest zgodne z zasadami konkursu, aby drugi z produktów był promowany tylko na dwóch rynkach spośród 10 uwzględnionych w programie. Konsekwentnie w IX punkcie wniosku przy charakterystyce rynku międzynarodowego byłyby opisane tylko dwa rynki dla drugiego z produktów, a dla pierwszego 10 rynków?**

Planowane w projekcie działania promocyjne powinny być realizowane dla wszystkich produktów wskazanych przez wnioskodawcę we wniosku o dofinansowanie w części IX. PRODUKTY WNIOSKODAWCY BĘDĄCE PRZEDMIOTEM EKSPORTU. Zgodnie z Instrukcją wypełniania wniosku o dofinansowanie projektu, w tej części wniosku należy opisać markę produktową i produkty wnioskodawcy (wyroby lub usługi) będące przedmiotem eksportu, w związku z którymi będą prowadzone działania promocyjne/wydarzenia branżowe zaplanowane w projekcie. Pola zawarte w tej części mogą być powielane zależnie od liczby rodzajów produktów, których dotyczy będzie realizowany projekt. Projekt w ramach poddziałania 3.3.3 POIR dotyczy więc promocji marki produktowej, a nie konkretnych produktów. W zależności od specyfiki rynku perspektywicznego i/lub wydarzenia branżowego (targów) wnioskodawca może dostosować ofertę produktową prezentowaną na targach. Jeśli już na etapie planowania projektu posiada wiedzę nt. produktów, które będą prezentowane na konkretnych rynkach perspektywicznych i poszczególnych wydarzeniach branżowych, powinien w opisie rzeczowym zadania wskazać taką informację. Jednocześnie należy pamiętać o przedstawieniu informacji nt. dostosowania kosztów zadania związanego z udziałem w targach z prezentowaną tam ofertą. Podsumowując, jeśli dwa produkty wnioskodawcy dotyczą jego marki produktowej, może każdy z nich promować na innych rynkach i w punkcie IX wniosku scharakteryzować rynki adekwatne dla każdego z produktów.

## **Seminaria, kongresy, konferencje - czy wskazujemy je jako oddzielnie zadanie w budżecie?**

Udział w seminariach, kongresach i konferencjach może być częścią zadania dot. udziału w targach w roli wystawcy, misji wyjazdowej lub misji przyjazdowej. Z opisu zadania i informacji dotyczącej szacowania wydatków musi jasno wynikać, że osoby biorące udział w targach (na stoisku wystawowym wnioskodawcy) i osoby biorące udział w seminarium, kongresie lub konferencji to inne osoby - wtedy koszty podróży i pobytu tych osób należy oszacować w odrębnych pozycjach przy założeniu, że w sumie będzie to nie więcej niż 3 osoby, albo koszty podróży i pobytu maksymalnie 3 osób muszą być uwzględnione w kalkulacji budżetu zadania dotyczącego pracowników biorących udział w targach. Analogicznie należy opisać zadanie i przedstawić kalkulację kosztów dot. organizacji misji wyjazdowej, w ramach której osoby biorące udział w misji wezmą udział w seminarium, kongresie lub konferencji. W przypadku misji przyjazdowej, na podstawie § 5 ust. 13 Regulaminu konkursu nr 5/2019, w ramach działań promocyjnych związanych z organizacją przyjazdowych misji gospodarczych, do dofinansowania kwalifikują się koszty: - transportu i ubezpieczenia uczestników misji przyjazdowej, - organizacji pokazów, prezentacji i degustacji produktów w zakresie promocji marki produktowej, w tym zakupu usług w tym zakresie: wynajmu niezabudowanych pomieszczeń oraz sprzętu, zakupu usług tłumaczenia, zakupu usług cateringowych, zakupu usług hotelowych dla uczestników przyjazdowej misji gospodarczej, - informacyjno-promocyjne projektu, tj. koszty określone w pkt. II.5 Branżowego programu promocji jako dodatkowe działania promocyjne. Oznacza to, że dla uczestników misji przyjazdowej (kontrahentów z rynku perspektywicznego) w związku z udziałem w seminarium, kongresie lub konferencji na krajowej imprezie targowo-konferencyjnej, na której wnioskodawca ma stoisko wystawowe, kwalifikowane są tylko koszty transportu i ubezpieczenia. Koszty, o których mowa w § 5 ust. 15-16 Regulaminu konkursu w ramach udziału w seminariach, kongresach i konferencjach dotyczą pracowników wnioskodawcy, ale nie dotyczą uczestników misji przyjazdowej (kontrahentów z rynku perspektywicznego).

## **Czy seminaria, kongresy, konferencje są zadaniem kwalifikowanym w ramach konkursu?**

Tak, są kwalifikowane zgodnie z branżowym programem promocji w związku z: - udziałem wnioskodawcy w imprezie targowo-konferencyjnej w charakterze wystawcy, - udziałem wnioskodawcy w misji wyjazdowej, która jest połączona z uczestnictwem przedsiębiorcy w wydarzeniu targowo-konferencyjnym w charakterze zwiedzającego, - organizacją misji przyjazdowej połączonej z wizytą uczestników misji (kontrahentów z rynku perspektywicznego) na stoisku wystawowym przedsiębiorcy zorganizowanym na krajowej imprezie targowo-konferencyjnej. Branżowe programy promocji nie przewidują działań promocyjnych polegających wyłącznie na udziale w seminarium, kongresie lub konferencji. Należy pamiętać, że na podstawie § 5 ust. 4 Załącznika nr 7 do Regulaminu konkursu nr 5/2019, dla zadań dotyczących udziału w targach i misjach gospodarczych w części obejmującej podróże służbowe pracowników wnioskodawcy, kwalifikowalne są koszty pobytu maksymalnie trzech (3) osób. Z uwagi na to, że udział w seminarium, kongresie lub konferencji nie może stanowić odrębnego zadania, szacując koszty udziału w targach lub misjach i jednocześnie w seminarium, kongresie lub konferencji, koszty kwalifikowalne należy ustalić dla maksymalnie 3 osób.

## **Czy w ramach promocji internetowej jest możliwy zakup abonamentu do usługi, np. Fresh Mail związanej z dystrybucją korespondencji mailowej do potencjalnych klientów?**

W Regulaminie konkursu nr 5/2019, w § 5 ust. 7 pkt. 9 zostały określone koszty kwalifikowalne w ramach działań informacyjno-promocyjnych projektu. Fresh Mail jest to narzędzie do tworzenia oraz wysyłki newsletterów i mailingów do własnej bazy klientów. Pozwala ono w pełni zautomatyzować budowanie listy odbiorców oraz wysyłkę newsletterów. Dodatkowo posiada funkcje, które optymalizują komunikację mass mailingową. Określony w Regulaminie konkursu nr 5/2019 katalog kosztów kwalifikowalnych w zakresie działań informacyjno-promocyjnych, nie obejmuje możliwości korzystania z mechanizmów podobnych do działania usługi Fresh Mail, w związku z czym usługa Fresh Mail nie jest kosztem kwalifikowalnym w ramach poddziałania 3.3.3. PO IR konkurs nr 5/2019.

## **Do jakich rynków należy się odnieść w punkcie "Przewagi konkurencyjne"?**

Pole "Przewagi konkurencyjne produktu będącego przedmiotem eksportu względem produktów z tej samej branży występujących na rynku międzynarodowym" należy do tej części wniosku, w której należy opisać markę produktową i produkty wnioskodawcy będące przedmiotem eksportu, w związku z którymi będą prowadzone działania promocyjne/wydarzenia branżowe zaplanowane w projekcie. W związku z powyższym, zgodnie z Instrukcją wypełniania wniosku o dofinansowanie projektu, w tym polu dla każdego produktu należy scharakteryzować rynek międzynarodowy branży związanej z tym produktem (dane dotyczące branży globalnie). W opisie powinny być również zawarte informacje o przewagach konkurencyjnych produktu wnioskodawcy w zakresie wskazanym w Instrukcji (tj. cechy jakościowe, orientacyjna cena lub inne cechy wyróżniające) w odniesieniu do rynków, na których są planowane działania promocyjne/wydarzenia branżowe (tj. USA i ZEA w związku z targami, i Francja w związku z misją).

## **Czy do szacowania wartości zamówienia - stoisko - należy uwzględnić ofertę obejmującą udział we wspólnej powierzchni wystawienniczej na stoisku narodowym ? Otrzymaliśmy ofertę od operatora targów (KOWR) udziału w targach ze współdzieloną powierzchnią wystawienniczą - ok. 90 m2 dla ok. 10 firm. Czy musimy skorzystać z tej oferty?**

Wnioskodawca nie ma obowiązku wzięcia udziału w imprezie targowej jako wystawca, z wykorzystaniem wspólnego stoiska organizowanego przez operatora danych targów w ramach Narodowego Stoiska Informacyjno-Promocyjnego. Zgodnie z zapisami Branżowych Programów Promocji wnioskodawca ma obowiązek wzięcia udziału w jednym wydarzeniu, na którym organizowane jest Narodowe Stoisko. Należy jednak podkreślić, iż to od wnioskodawcy zależy, czy chce współdzielić stoisko narodowe z innymi przedsiębiorcami, czy też zaplanuje organizację własnego stoiska podczas targów, na których organizowane będzie Narodowe Stoisko. Tym samym nie ma obowiązku współdzielenia stoiska. Dodatkowo wyjaśniamy, że z informacji otrzymanych z KOWR wynika, iż dysponują oni oddzielną powierzchnią wystawienniczą na sprzedaż, na wyłączność przedsiębiorcy. W przypadku braku chęci ze strony wnioskodawcy w zakresie współdzielenia powierzchni wystawienniczej, prosimy o formułowanie zapytań do KOWR w zakresie zakupu powierzchni indywidualnej. Przypominamy jednocześnie, iż dla rozliczenia kwoty ryczałtowej w zadaniu związanym z udziałem w targach, jednym z dokumentów potwierdzających realizację wskaźnika dla kwoty ryczałtowej jest wpis do oficjalnego katalogu targowego, w związku z czym w przypadku korzystania z powierzchni współdzielonej, konieczne jest wcześniejsze potwierdzenie, że wnioskodawca będzie uwzględniony w katalogu targowym.

## **Czy są wskaźniki produktu, które wypełniają się automatycznie?**

Tak. Są nimi:

- Liczba przedsiębiorstw otrzymujących wsparcie (CI 1),
- Liczba przedsiębiorstw otrzymujących dotacje (CI 2),
- Inwestycje prywatne uzupełniające wsparcie publiczne dla przedsiębiorstw (dotacje) (CI 6),
- Liczba przedsiębiorstw wspartych w zakresie internacjonalizacji.

## **Na czym polega metodologia określania kwot ryczałtowych?**

**Jedna kwota ryczałtowa obejmuje zawsze tylko jedno zadanie. Każdej kwocie ryczałtowej musi być przypisany jeden wskaźnik dla kwoty ryczałtowej** odzwierciedlający istotę danego zadania oraz określona jego wartość docelowa. **Do każdej kwoty ryczałtowej należy wskazać dokumenty, na podstawie których będzie określony poziom, na jakim osiągnięty został wskaźnik dla kwoty ryczałtowej.** Co do zasady dokumenty stanowiące podstawę rozliczenia kwoty ryczałtowej powinny stanowić produkt danego zadania np. raport, lub powinny potwierdzać

(dokumentować) wykonanie określonego zadania i tym samym kwoty ryczałtowej (**Tabela 1. Wskaźniki dla kwot ryczałtowych w ramach branżowych programów promocji w Instrukcji wypełniania wniosku**).

## Czym jest kwota ryczałtowa?

**Kwotą ryczałtową jest określona w umowie o dofinansowanie kwota za wykonanie określonego w projekcie zadania, ustalona w oparciu o szczegółowy budżet danego zadania przedstawiony przez Wnioskodawcę we wniosku o dofinansowanie i uzgodniony na etapie jego zatwierdzenia.** Na jedną kwotę ryczałtową dla danego zadania w projekcie składają się wszystkie wydatki, które są niezbędne do zrealizowania tego zadania i które zostały wykazane w zatwierdzonym budżecie projektu (dodatkowa tabela we wniosku o dofinansowanie). KOP dokonuje weryfikacji w celu zapewnienia, że kwoty ryczałtowe wskazane przez wnioskodawcę we wniosku zostały oszacowane w oparciu o sprawiedliwą, rzetelną i racjonalną kalkulację.

## Czym jest usługa doradcza w tym poddziałaniu?

**Usługa doradcza:** Koszt zakupu **usługi doradczej** zostanie uznany za kwalifikowalny, o ile: ~dotyczy kraju wskazanego w danym programie promocji (może dotyczyć konkretnego kraju z rynku perspektywicznego lub całego obszaru rynku perspektywicznego) oraz ~pod warunkiem, że wnioskodawca w ramach projektu bierze udział w targach odbywających się na terenie tego kraju/obszaru; ~możliwy jest zakup tylko jednej usługi doradczej w zakresie przygotowania wejścia na pozaunijny rynek perspektywiczny; ~usługa musi być nabyta od podmiotu posiadającego potencjał i potwierdzone doświadczeniem w zakresie świadczenia tego typu usług na wybranym rynku perspektywicznym; ~wartość usługi doradczej nie może przekroczyć wartości 5% ogółu kosztów w projekcie; **Nie zostanie uznana za usługę doradczą dotyczącą umiędzynarodowienia przedsiębiorcy usługa polegająca wyłącznie na zakupie bazy danych kontaktowych podmiotów działających na wybranym rynku perspektywicznym.**

## Czym jest misja przyjazdowa w tym poddziałaniu?

**Misja przyjazdowa:** ~zorganizowana przez przedsiębiorcę dla potencjalnych i obecnych kontrahentów działających co najmniej na jednym z rynków perspektywicznych (uczestnicy); ~powinna obejmować co najmniej prezentację firmy przedsiębiorcy oraz organizację pokazu lub prezentacji produktów dla uczestników misji; ~może zakładać odwiedzenie przez uczestników stoiska przedsiębiorcy zorganizowanego na krajowej imprezie targowej; ~nie może trwać dłużej niż 3 dni na miejscu; ~po zakończeniu misji konieczne jest przedstawienie raportu z przebiegu misji.

## Czym jest misja wyjazdowa w tym poddziałaniu?

**Misja wyjazdowa:** ~cel: rozpoznanie rynku, na który jest realizowana i nawiązanie kontaktów biznesowych; ~może być połączona z uczestnictwem przedsiębiorcy w wydarzeniu targowym lub targowo-konferencyjnym w charakterze zwiedzającego lub zostać zorganizowana niezależnie od tego wydarzenia; ~nie może trwać dłużej niż 3 dni na miejscu; ~program misji powinien obejmować organizację co najmniej 3 spotkań biznesowych z udziałem potencjalnych kontrahentów, powinien też obejmować dodatkowe elementy, jak: udział w imprezie targowej, konferencji branżowej, organizację pokazów, prezentacji oraz wizyt w siedzibach (zakładach produkcyjnych) kontrahentów; ~po zakończeniu misji konieczne jest przedstawienie raportu z przebiegu misji.

## Kiedy weryfikowana jest trudna sytuacja ekonomiczna przedsiębiorcy?

**Trudna sytuacja ekonomiczna weryfikowana na etapie zawierania umowy.** Badanie w zakresie trudnej sytuacji ekonomicznej przedsiębiorcy nastąpi przed zawarciem umowy o

dofinansowanie, na podstawie następujących dokumentów: ~Formularza informacji przedstawianych przy ubieganiu się o pomoc inną niż pomoc w rolnictwie lub rybołówstwie, pomoc *de minimis* lub pomoc *de minimis* w rolnictwie lub rybołówstwie zgodny ze wzorem stanowiącym załącznik nr 1 do rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 29 marca 2010 r. w sprawie zakresu informacji przedstawianych przez podmiot ubiegający się o pomoc inną niż pomoc *de minimis* lub pomoc *de minimis* w rolnictwie lub rybołówstwie. ([Dz. U. z 2010 r., Nr 53, poz. 312, z późn. zm.](#)) (jeśli dotyczy); ~Formularza informacji przedstawianych przy ubieganiu się o pomoc *de minimis*, którego wzór określa rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 29 marca 2010 r. w sprawie zakresu informacji przedstawianych przez podmiot ubiegający się o pomoc *de minimis* (Dz.U. z 2010 r., Nr 53, poz. 311, z późn. zm.), z uwzględnieniem § 2 ust. 1a tego rozporządzenia; ~kopii sprawozdań finansowych za okres 3 ostatnich lat obrotowych (w przypadku wnioskodawców działających krócej, za okres ostatnich zamkniętych lat obrotowych), sporządzonych zgodnie z przepisami o rachunkowości - jeśli Wnioskodawca ma obowiązek sporządzania sprawozdań finansowych na podstawie przepisów o rachunkowości albo tabeli dotycząca sytuacji finansowej oraz zatrudnienia wnioskodawcy - jeśli Wnioskodawca nie ma obowiązku sporządzania sprawozdań finansowych na podstawie przepisów o rachunkowości.

## **Czy wyjazdowa misja gospodarcza musi się odbywać na rynku perspektywicznym?**

Na podstawie pkt. I. 11 programu promocji, przedsiębiorca jest zobowiązany do realizacji co najmniej 3 działań promocyjnych z listy wskazanej w pkt. I.9 (przy czym mogą to być 3 działania tego samego rodzaju), w tym do realizacji co najmniej jednego działania promocyjnego (misji wyjazdowej lub stoiska) na wydarzeniu odbywającym się poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej, na którym przewidziano organizację narodowego stoiska informacyjno-promocyjnego. Jednocześnie, na podstawie pkt. I. 13 programu promocji, w ramach projektu przedsiębiorca jest zobowiązany do realizacji, co najmniej jednego działania promocyjnego na wybranym przez siebie pozaunijnym rynku perspektywicznym, z rynków wymienionych w programie. Dodatkowo, jak stanowi pkt. I.15 programu promocji, na tym samym rynku perspektywicznym przedsiębiorca może zrealizować ten sam rodzaj działania promocyjnego, z listy określonej w pkt. 9 a) - c), więcej niż raz. Zgodnie z warunkami realizacji misji wyjazdowej, opisanymi w pkt. II.1.2. programu promocji, misja wyjazdowa może być połączona z uczestnictwem przedsiębiorcy w wydarzeniu targowym lub targowo-konferencyjnym w charakterze zwiedzającego (w tym w wydarzeniu, na którym jest organizowane narodowe stoisko informacyjno-promocyjne) lub też zostać zorganizowana niezależnie od tego wydarzenia. Mając na uwadze powyższe należy wskazać (w przypadku, gdy przedmiotem projektu będzie udział w 3 misjach), że: - co najmniej jedna misja wyjazdowa musi być połączona z uczestnictwem w wydarzeniu targowym lub targowo-konferencyjnym w charakterze zwiedzającego, na którym jest organizowane narodowe stoisko informacyjno-promocyjne, - co najmniej jedna misja musi odbywać się na wybranym przez wnioskodawcę poza unijnym rynku perspektywicznych, - trzecia misja może być zorganizowana na dowolnym rynku.

## **Czy firma bez udokumentowanej sprzedaży nowego produktu, którego promocja jest przewidziana w projekcie, może składać wniosek?**

Tak. Poddziałanie 3.3.3 POIR jest skierowane do przedsiębiorców, którzy chcą promować markę produktową na rynkach zagranicznych niezależnie od wielkości sprzedaży nowego produktu będącego przedmiotem eksportu. W sytuacji, gdy przedsiębiorca jest nowo powstałym podmiotem posiadającym markę produktową, którą chciałby promować poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej i jednocześnie spełnia kryteria wyboru projektów obowiązujące w konkursie, w tym warunki wskazane w branżowych programach promocji, może złożyć wniosek o dofinansowanie. Wartość przychodów ze sprzedaży produktu będącego przedmiotem projektu jest uwzględniana w ocenie kryterium fakultatywnego, co oznacza, że w przypadku zerowego poziomu przychodów ze sprzedaży nowego produktu będącego przedmiotem eksportu, projekt nie uzyska dodatkowego punktu.

Dodatkowe punkty decydują o miejscu na liście rankingowej.

**Czy prawidłowy jest sposób rozumowania odnośnie sposobu ustalenia jednostek i ceny jednostkowej. Zakładając koszty - loty zagraniczne, jednostka (szt.) - koszt biletów lotniczych dla wszystkich uczestników podróży służbowej. Dodatkowo prosiłabym o potwierdzenie, że vat na bilety lotnicze na loty międzynarodowe wynosi 0zł.**

Na podstawie postanowień w § 5 Regulaminu konkursu nr 5/2019, do kosztów kwalifikowalnych zalicza się koszty transportu osób w związku z udziałem w targach i misjach gospodarczych. Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 29 stycznia 2013 r. w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej (Dz. U. z 2013 r. poz. 167) stanowi w § 3 ust. 2, że pracownikowi przysługuje zwrot kosztów przejazdu w wysokości udokumentowanej biletami lub fakturami obejmującymi cenę biletu środka transportu, wraz ze związanymi z nimi opłatami dodatkowymi, w tym miejscówkami, z uwzględnieniem posiadanej przez pracownika ulgi na dany środek transportu, bez względu na to, z jakiego tytułu ulga przysługuje. Oznacza to, że jako jednostkę (szt.) wnioskodawca powinien przyjąć koszt biletu lotniczego dla jednego uczestnika podróży służbowej. W zakresie stawki podatku VAT należy stosować przepisy prawa powszechnie obowiązującego - w tym zakresie dokumentacja konkursowa nie zawiera dodatkowych regulacji, a informację o właściwej stawce podatku VAT można uzyskać z właściwego organu administracji skarbowej.

**Szacując wydatki szczegółowe w ramach kosztów wynajmu hoteli korzystam z kwot określonych rozporządzeniem. Na przykład ryczałt na wynajem hotelu w Wielkiej Brytanii wynosi 200 GBP dziennie. Czyli w rubryce „Szczegółowe wydatki w ramach kwoty ryczałtowej wpisuję =200\*3( liczba uczestników podróży służbowej)\* 5(liczba dni podróży służbowej)= 3000 GBP. Przeliczam to na złotówki zgodnie z kursem Narodowego Bank Polskiego (1 GBP=5,03 PLN) na dzień szacowania kosztów. Czyli wychodzi kwota 15090 PLN. Pomniejszam tę kwotę o wartość podatku Vat czyli wychodzi kwota 11619,3, którą wpisuję do rubryki „wydatki kwalifikowane”. Prosiłabym o informację czy ten sposób rozumowania jest właściwy. Dodatkowo prosiłabym o potwierdzenie, że w przypadku szacowania kosztów diety w rubryce „wydatki kwalifikowane” wartość wydatków powinna być pomniejszona o 8%(kwota Vat na posiłki).**

Na podstawie postanowień w § 5 Regulaminu konkursu nr 5/2019, do kosztów kwalifikowalnych zalicza się koszty podróży służbowych pracowników przedsiębiorcy uczestniczącego w targach lub misjach gospodarczych w zakresie i według stawek określonych w przepisach w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej poza granicami kraju m.in. zwrot kosztów noclegów (Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 29 stycznia 2013 r. w sprawie należności

przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej (Dz. U. z 2013 r. poz. 167)). Przedstawiony sposób kalkulacji liczby jednostek (liczby noclegów) jest prawidłowy, o ile w ramach podróży służbowej zaplanowano 5 noclegów. Z przedstawionego we wniosku o dofinansowanie sposobie szacowania wydatków zadania związanego z delegacją zagraniczną, powinna bowiem być wskazana zaplanowana liczba jednostek wraz z uzasadnieniem. W przypadku, gdy podróż służbowa jest planowana na 5 dni, za racjonalne uznawane są 4 noclegi. W zakresie rozliczania w ramach delegacji podatku VAT należy stosować przepisy prawa powszechnie obowiązującego oraz zasady rachunkowości obowiązujące w przedsiębiorstwie wnioskodawcy - w tym zakresie dokumentacja konkursowa nie zawiera dodatkowych regulacji.

**Chcemy do realizacji projektu zatrudnić w firmie (zgodnie z polskim prawem pracy) obywatela Białorusi. Ponieważ planujemy w ramach projektu udział w targach w Moskwie, mamy pytanie czy koszty podróży tego pracownika z Mińska (Białoruś) do Moskwy będą kosztami kwalifikowalnymi. Czy też podróż musi odbywać się z terenu Polski. Pomijając czas, taki wariant jak wyżej byłby tańszy (koszty podróży byłyby niższe).**

Na podstawie postanowień w § 5 Regulaminu konkursu nr 5/2019, do kosztów kwalifikowalnych zalicza się koszty podróży służbowych pracowników przedsiębiorcy uczestniczącego w targach lub misjach gospodarczych w zakresie i według stawek określonych w przepisach w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej poza granicami kraju. Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 29 stycznia 2013 r. w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej (Dz. U. z 2013 r. poz. 167) stanowi w § 3 ust. 2, że pracownikowi przysługuje zwrot kosztów przejazdu w wysokości udokumentowanej biletami lub fakturami obejmującymi cenę biletu środka transportu, wraz ze związanymi z nimi opłatami dodatkowymi, w tym miejscówkami, z uwzględnieniem posiadanej przez pracownika ulgi na dany środek transportu, bez względu na to, z jakiego tytułu ulga przysługuje. W związku z powyższym koszty transportu pracownika przedsiębiorcy uczestniczącego w targach w Moskwie kwalifikują się do objęcia dofinansowaniem, nawet jeśli jego podróż będzie się odbywała z Mińska do Moskwy, pod warunkiem, że ww. osoba jest pracownikiem wnioskodawcy.

**Czy, aby otrzymać 2 punkty w kryterium „Produkt będący przedmiotem eksportu jest wytwarzany na terenie Rzeczypospolitej Polskiej” wystarczy, że zakład, w którym jest wytwarzany produkt jest usytuowany na terytorium RP, przez osoby zatrudnione na terenie RP, zaś produkt posiada chroniony znak towarowy?**

Nie. Aby otrzymać 2 punkty w kryterium 8, wnioskodawca musi wykazać spełnienie wszystkich trzech warunków dla co najmniej jednego produktu, będącego przedmiotem projektu, które są wskazane w opisie kryterium, tj.:

- zakład, w którym jest i będzie wytwarzany produkt, znajduje się na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (bądź końcowy wyrób powstaje na terenie RP);
- produkt jest i będzie wytwarzany/usługa jest i będzie świadczona przez osoby zatrudnione na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej lub w przypadku usług zdalnych/automatycznych – za



pomocą środków technicznych obsługiwanych przez osoby zatrudnione na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej;

- produkt wykorzystuje chroniony znak towarowy (w tym ochrona nazwy, marki produktowej), uzyskane patenty na wynalazki, wzory przemysłowe, wzory użytkowe, w opracowaniu których brała udział uczelnia wyższa bądź instytut badawczy zlokalizowany na terenie Rzeczypospolitej Polskiej.

W odniesieniu do warunku z punktu 3, aby warunek ten mógł być uznany za spełniony wnioskodawca musi podać nazwę uczelni wyższej bądź instytutu badawczego zlokalizowanego na terenie Rzeczypospolitej Polskiej, która wzięła udział w opracowaniu prawa ochronnego. Jednocześnie należy podkreślić, iż nie ma znaczenia czy prawo ochronne to patent (wtedy należy podać również numer patentu), znak towarowy, wzór przemysłowy czy wzór użytkowy. Brak podania nazwy uczelni wyższej lub instytutu badawczego bądź wskazanie na jednostkę zlokalizowaną poza terytorium RP spowoduje, że projekt może uzyskać 1 punkt z tym kryterium.

**W związku z planowanym startem w konkursie w GO TO BRAND mam pytanie odnośnie wymogu dostępności produktów projektu dla osób z niepełnosprawnościami. Konkretnie chodzi o spełnienie wymogu dostępności w przypadku materiałów promocyjnych. Planujemy dostosować materiały promocyjne do odpowiednich wymogów. Mamy natomiast pytanie - czy w opisie uzasadnienia (oddzielny Punkt) wystarczy jeśli napiszemy, że w podejmowanych w ramach projektu działaniach informacyjno - promocyjnych będzie zastosowany standard informacyjno - promocyjny (zgodny z ..... - tu wymienimy nazwę odpowiedniego dokumentu UE), a przygotowywane dokumenty elektroniczne będą odpowiadać standardowi cyfrowemu (zgodnemu z ..... - tu wymienimy nazwę odpowiedniego dokumentu UE). Czy też każdy rodzaj materiałów (np. ulotki, katalogi, pen - drives, filmy promocyjne itd.) musimy opisywać oddzielnie wraz z podaniem szczegółów dostosowania do standardów).**

W opisanym przypadku wystarczające będzie wskazanie zakresu dostosowania materiałów promocyjnych łącznie dla typu materiału - jak proponują Państwo w pytaniu. Nie ma potrzeby wymieniania zakresu dostosowania każdego rodzaju materiałów, jeśli jego specyfika nie wymaga specjalnego sposobu dostosowania.

**W części IX Produkty wnioskodawcy będące przedmiotem eksportu Nazwa marki produktowej jest 10000 znaków, a na opis produktów jedynie 1000 znaków - czy to jakaś pomyłka czy zamierzone działanie**

Liczba znaków w polu Opis produktu będącego przedmiotem eksportu jest celowo ograniczona do 1000 znaków. W tym polu należy podać konkretne informacje opisujące produkt. Kolejne pole w części IX wniosku opisujące produkt to: Przewagi konkurencyjne produktu będącego przedmiotem eksportu względem produktów z tej samej branży występujących na rynku międzynarodowym, w

którym można przedstawić dodatkowe informacje w zakresie opisu produktu.

**W części VIII Programy promocji, w tabeli Wybrane działania promocyjne, Przedsiębiorstwo musi ująć Dodatkowe działania promocyjne - materiały reklamowe, trzeba jednak wskazać kraj, a firma zamierza raz przygotować katalogi i wykorzystać je na wszystkich targach w projekcie, które odbywają się na różnych rynkach. Powinna być dopuszczona opcja wyboru kilku krajów, firma nie może ograniczyć się do jednego.**

W przypadku działania: Dodatkowe działania promocyjne - materiały reklamowe, na podstawie pkt. II.5.1.a) Branżowego programu promocji, możliwe jest nabycie lub wytworzenie oraz dystrybucja obcojęzycznych lub dwujęzycznych materiałów informacyjno-promocyjnych. Z uwagi na konieczność wskazania we wniosku w części VIII Programy promocji, w tabeli Wybrane działania promocyjne konkretnego kraju, informujemy, iż nawet jeżeli wnioskodawca zamierza raz przygotować katalogi i wykorzystać je na wszystkich targach w projekcie, które odbywają się na różnych rynkach, należy wskazać jeden rynek perspektywiczny. Jednocześnie w opisie zadania w zakresie rzeczowym w części XI wniosku należy wskazać, w jakim języku materiały zostaną przygotowane i na jakim rynku będą wykorzystane w związku z udziałem w targach czy misjach wyjazdowych.

**W tabeli Szczegółowe wydatki ryczałtowe w rubryce sposób rozeznania rynku i ustalenia jednostek oraz ceny jednostkowej jest jedynie 500 znaków. Przy niektórych wydatkach jest niemożliwe zmieścić się w takiej ilości znaków, bo składa się na nie kilka składowych.**

W odniesieniu do zbyt małej liczby znaków w tabeli Szczegółowe wydatki ryczałtowe w rubryce Sposób rozeznania rynku i ustalenia jednostek oraz ceny jednostkowej informujemy, iż stosowna zmiana została wprowadzona do Generatora Wniosków. Jednocześnie informujemy, iż w tej tabeli można zaprezentować wydatki w rozbiu na poszczególne elementy składające się na daną kwotę ryczałtową i np. koszty transportu i ubezpieczenia osób i eksponatów rozbić na kilka pozycji.

**Przedsiębiorstwo planuje targi - wydatek wynajem będzie z pomocy publicznej, natomiast pozostałe wydatki targowe (podróże, transport eksponatów) będą z pomocy de minimis. Proszę o wyjaśnienie i wskazanie prawidłowego sposobu ujęcia wydatku w budżecie.**

W konkursie nr 5/2019, w części XI wniosku o dofinansowanie w tabeli Wydatki rozliczane ryczałtowo, nie ma kategorii kosztów „kwota ryczałtowa pomoc publiczna, w tym pomoc de minimis”, gdyż taka kategoria nie została zdefiniowana w Regulaminie konkursu. W związku z tym zadanie dotyczące udziału w targach może być rozliczane albo w ramach pomocy publicznej, albo w ramach pomocy de minimis. Na podstawie § 5 ust. 6 Regulaminu konkursu nr 5/2019 obowiązującego od 06.03.2019 r., do kosztów kwalifikowalnych w zakresie pomocy publicznej, o której mowa w § 38 i 39 rozporządzenia zalicza się koszty wynajmu, budowy i obsługi stoiska wystawowego podczas uczestnictwa MŚP w danych targach lub danej wystawie, w tym koszty: 1) zakupu gotowych, zindywidualizowanych elementów zabudowy stoiska wystawowego oraz nabycia lub wytworzenia oraz instalacji na stoisku wystawienniczym trwałego i widocznego elementu

dekoracyjnego uwzględniającego założenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki ; 2) podróży służbowych pracowników przedsiębiorcy uczestniczącego w targach, w zakresie i według stawek określonych w przepisach w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej poza granicami kraju , tj. koszty: diet, noclegów, przejazdów i dojazdów środkami komunikacji miejskiej oraz innych niezbędnych wydatków związanych z tymi podróżami takich jak opłaty za: uzyskanie wiz, bagaż, przejazd drogami płatnymi i autostradami, postój w strefie płatnego parkowania, miejsca parkingowe; 3) transportu i ubezpieczenia osób i eksponatów w związku z udziałem w targach, tj. koszty: zakupu usług w zakresie transportu i ubezpieczenia za granicą oraz na terytorium RP pracowników wnioskodawcy oraz eksponatów, inne niż uwzględnione w kategorii kosztów, o której mowa w pkt 2, odprawy celnej i spedycji oraz bagażu i nadbagażu, inne niż uwzględnione w kategorii kosztów, o której mowa w pkt 2. W konkursie nr 5/2019 nie ma możliwości połączenia w kwocie ryczałtowej kosztów kwalifikowalnych w ramach pomocy publicznej i w ramach pomocy de minimis, dlatego po konsultacji z Instytucją Zarządzającą rozszerzono katalog kosztów możliwych do zakwalifikowania w ramach pomocy publicznej. Właściwą kategorią dla kwoty ryczałtowej w takim przypadku jest: kwota ryczałtowa - pomoc publiczna. Jednocześnie, w projekcie mogą być planowane wydatki w ramach pomocy de minimis np. w zakresie działań promocyjnych czy kosztów organizacji misji.

## **Po jakim kursie EURO należy przeliczać kwoty na PLN?**

W dokumentacji konkursowej nie zostało podane, wg jakiego kursu należy przeliczać wydatki w walucie obcej. Wynika to z określenia w kategoriach kosztów kwalifikowalnych różnych wydatków, dla których mogą być stosowane kursy walutowe ustalane na podstawie różnych dokumentów (np. ustawa o rachunkowości, rozporządzenie MPIP w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej, polityka rachunkowości przedsiębiorstwa) obowiązujących na moment rozliczenia wydatku. Na etapie sporządzania wniosku o dofinansowanie wnioskodawca jest zobowiązany uwzględnić zasady kwalifikowalności określone w szczególności w ustawie o PARP, rozporządzeniu, Wytycznych w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności na lata 2014-2020, regulaminie konkursu oraz umowie o dofinansowanie. Ponadto, Wnioskodawca jest zobowiązany przedstawić w dokumentacji aplikacyjnej sposób przeprowadzenia rozeznania rynku oraz wskazać źródła danych, na podstawie których określono kwoty poszczególnych wydatków. Oznacza to, iż we wniosku o dofinansowanie wnioskodawca jest zobowiązany wskazać kurs waluty obcej, po jakim dokonał szacowania wydatków oraz ewentualnie określić czynniki, które w jego ocenie mogą spowodować zmianę zaplanowanej wartości wydatku (np. podniesienie opłat).

## **Która wartość (nominalną czy brutto) powinna być brana pod uwagę, w celu zbadania limitu pomocy, którą może otrzymać Wnioskodawca?**

W celu zbadania limitu pomocy de minimis, którą może otrzymać wnioskodawca, brana jest pod uwagę kwota wskazana w systemie SHRIMP w kolumnie „Wartość pomocy brutto [EURO]”. Przypominamy, że pomoc de minimis może być udzielona wnioskodawcy pod warunkiem, że łącznie z inną pomocą de minimis lub pomocą de minimis w rolnictwie i rybołówstwie, otrzymaną w danym roku podatkowym oraz w ciągu dwóch poprzedzających lat podatkowych z różnych źródeł i w różnych formach, nie przekroczy kwoty 200 000 euro dla jednego przedsiębiorcy, a w przypadku przedsiębiorcy prowadzącego działalność w sektorze drogowego transportu towarów, nie przekroczy kwoty 100 000 euro dla jednego przedsiębiorcy. Do celów ustalenia dopuszczalnego pułapu pomocy de minimis przez jednego przedsiębiorcę rozumie się jedno przedsiębiorstwo, o którym mowa w art. 2 ust. 2 rozporządzenia KE nr 1407/2013. Tym samym wartość brutto udzielonej pomocy de minimis, wyrażona w PLN, przeliczana jest na wartość pomocy brutto [EURO] wg średniego kursu NPB z dnia udzielenia pomocy, tj. zawarcia umowy o dofinansowanie.

**Czy w ramach działalności eksportowej opisywanej we wniosku można uwzględnić działalność eksportową prowadzoną przez inny podmiot, którego przedsiębiorstwo (w znaczeniu przedmiotowym) wnioskodawca nabył w całości? Chodzi o sytuację, w której wnioskodawca jest nowo powstałą spółką, która nabyła przedsiębiorstwo innego podmiotu, który od wielu lat prowadził w ramach tego przedsiębiorstwa intensywną działalność eksportową.**

W przypadku przekształcenia zgodnego z KSH – jest możliwe wykazanie przychodów z eksportu przedsiębiorstwa, do przekształcenia którego miałyby dojść. Z punktu widzenia KSH: Art. 494. § 1. Spółka przejmująca albo spółka nowo zawiązana wstępuje z dniem połączenia we wszystkie prawa i obowiązki spółki przejmowanej albo spółek łączących się przez zawiązanie nowej spółki. W związku z tym, wnioskodawca może uwzględnić we wniosku o dofinansowanie dane przedsiębiorstwa, które nabył w całości. W drugim przypadku, jeżeli przedmiotem działalności nowo powstałej spółki jest tylko i wyłącznie działalność przejętego/zakupionego przedsiębiorstwa, również będzie to możliwe. W obydwu przypadkach spółka powinna posiadać dokumenty finansowe pozwalające na weryfikację podanych we wniosku danych finansowych dot. działalności eksportowej. UWAGA! W obu przypadkach jako datę powstania podmiotu należy wpisać datę zgodną z KRS – datę utworzenia nowopowstałej spółki. W polu „Opis dotychczasowego doświadczenia wnioskodawcy w prowadzeniu działalności eksportowej” należy opisać sytuację wnioskodawcy i przyczynę rozbieżności pomiędzy datą powstania a wieloletnim doświadczeniem eksportowym.

**Firma prowadzi działalność eksportową poprzez dystrybutorów. Celem projektu planowanego do zgłoszenia w konkursie Go to brand jest zwiększenie eksportu na tych rynkach, na których produkty firmy są już sprzedawane. Spodziewanym efektem jest wzrost liczby zamówień z tych rynków kierowanych od dystrybutorów, a przez nich do firmy wnioskodawcy. Umowy z odbiorcami ostatecznymi podpisują dystrybutorzy (działają na zasadzie wyłączności), którzy z kolei zlecają produkcję firmie wnioskodawcy. Czy w ramach wskaźnika „Liczba kontraktów handlowych zagranicznych podpisanych przez przedsiębiorstwa wsparte w zakresie internacjonalizacji (szt.)” można uwzględnić kontrakty podpisane z aktualnymi dystrybutorami pod nowe zamówienia z tych rynków?**

W opisaney sytuacji, jako wartość docelową wskaźnika „Liczba kontraktów handlowych zagranicznych podpisanych przez przedsiębiorstwa wsparte w zakresie internacjonalizacji (szt.)” należy uwzględnić nowe kontrakty podpisane przez aktualnych dystrybutorów z nowymi odbiorcami. Zgodnie z zapisami Instrukcji wypełniania wniosku, w polu „Opis metodologii wyliczenia wskaźnika oraz sposobu weryfikacji osiągnięcia zaplanowanych wartości wskaźnika”, należy podać sposób kalkulacji wskaźnika oraz nazwę dokumentu źródłowego dostępnego u przedsiębiorcy, potwierdzającego osiągnięcie zaplanowanej wartości docelowej wskaźnika rezultatu np. faktura, rachunek, umowa, sprawozdania finansowe. Wobec powyższych zapisów, wnioskodawca powinien posiadać dokumenty potwierdzające osiągnięcie zaplanowanej wartości wskaźnika rezultatu i dokumenty będą weryfikowane na etapie kontroli osiągnięcia wartości docelowej wskaźnika.

## **W paragrafie 5 regulaminu konkursu, pkt. 7 ustęp 8 i 9d są prawie takie same. Czy w takim razie pokazy i prezentacje produktów należą do limitu 15%, czy nie należą?**

**Limitem 15%, o którym mowa w § 5 ust. 20 Regulaminu konkursu nr 5/2019 (dalej „regulamin”) są objęte dodatkowe działania promocyjne.** Na podstawie pkt. II.5 Branżowego programu promocji, przedsiębiorca biorący udział w Programie, wdrażający działania promocyjne opisane w punktach II.1-3 (misje wyjazdowe, misje przyjazdowe lub stoiska na targach), może sfinansować w ramach poddziałania 3.3.3 POIR dodatkowe działania promocyjne. W zakresie kosztów określonych w § 5 ust. 7 pkt 8 regulaminu tj. organizacji pokazów, prezentacji i degustacji produktów w zakresie promocji marki produktowej (...), o tym czy obowiązuje limit 15% decyduje charakter działania promocyjnego. W przypadku:

- misji wyjazdowej, na podstawie pkt. II.1.3 Branżowego programu promocji: program misji powinien obejmować organizację co najmniej 3 spotkań biznesowych z udziałem potencjalnych kontrahentów. Ponadto, program misji wyjazdowej może obejmować dodatkowe elementy takie jak: udział w imprezie targowej, konferencji branżowej, organizację pokazów, prezentacji oraz wizyt w siedzibach (zakładach produkcyjnych) kontrahentów. W związku z tym, organizacja pokazów lub prezentacji produktów (w tym degustacji produktów) jest dodatkowym działaniem promocyjnym objętym limitem 15%.
- misji przyjazdowej, na podstawie pkt. II.2.2 Branżowego programu promocji: misja przyjazdowa powinna obejmować co najmniej prezentację firmy przedsiębiorcy oraz organizację pokazu lub prezentacji produktów dla uczestników misji. W związku z tym, organizacja pokazu lub prezentacji produktów (w tym degustacji produktów) jest elementem obowiązkowym i nie podlega limitowi 15%.
- stoiska na targach, znaczenie ma czy na wybranych targach organizacja pokazu lub prezentacji produktów (w tym degustacji produktów) jest obowiązkowa (wynika z warunków udziału w targach określonych przez organizatora) oraz czy na targach jest narodowe stoisko informacyjno-promocyjne.

Jeśli na wybranych targach jest narodowe stoisko informacyjno-promocyjne (lista targów z Narodowym Stoiskiem wskazana jest w pkt. I.12 Branżowego programu promocji), to w ramach działań ogólnych promujących daną branżę realizowanych przez Operatora Programu, o których mowa w pkt. III.4 Branżowego programu promocji, należy sprawdzić, czy zaplanowano możliwość korzystania ze stoiska przez wnioskodawcę w celu organizacji spotkań i prezentacji dla potencjalnych partnerów biznesowych – w takiej sytuacji organizacja pokazu lub prezentacji (w tym degustacji produktów) jest dodatkowym działaniem promocyjnym i podlega limitowi 15%. W sytuacji, gdy organizacja pokazu lub prezentacji produktu jest obowiązkiem nałożonym przez organizatora targów, nie stanowi dodatkowego działania promocyjnego i nie jest wliczana do limitu. Podsumowując, należy sprawdzić, czy planowana organizacja pokazu lub prezentacji produktu (w tym degustacji produktów) jest dodatkowym działaniem promocyjnym, o którym mowa w pkt. II.5 Branżowego programu promocji, czy też wynika z warunków realizacji działania promocyjnego. Jeśli ma charakter dodatkowego działania promocyjnego, to na podstawie pkt. II.5 Branżowego programu promocji jej koszty powinny być zakwalifikowane do kategorii: działania informacyjno-promocyjne projektu, której wartość nie może przekroczyć 15% łącznej wartości kosztów kwalifikowalnych realizowanego projektu. Powyższe każdorazowo będzie podlegało ocenie Komisji Oceny Projektów, w zależności od charakteru działania opisanego we wniosku o dofinansowanie oraz stosownego uzasadnienia dla zaplanowanych w projekcie wydatków.

**Generator wniosków: W części VIII wybierając jako zadanie Promocję i informację - generator pokazuje, że należy wybrać kraj - Promocja i informacja jako zadanie będzie dotyczyła całego projektu i zakupu materiałów na wszystkie wyjazdy**

## **targowe. Co należy wpisać?**

Dla dodatkowych działań promocyjnych określonych w pkt. II.5. Branżowego programu promocji, należy wskazać rynek perspektywiczny. Jeśli dla projektu zostanie określony więcej niż jeden rynek perspektywiczny, należy wpisać ten, na którym będzie realizowana najistotniejsza część projektu tzn. będzie na nim realizowane najwięcej działań promocyjnych. Jednocześnie w opisie tego zadania w zakresie rzeczowym w części XI wniosku należy wskazać, w jakim języku materiały zostaną przygotowane i na jakim rynku będą wykorzystane w związku z udziałem w targach czy misjach wyjazdowych.

## **Wskaźniki rezultatu - dlaczego automatycznie jako wartość bazowa w Generatorze Wniosków wpisuje się rok 2018 skoro zatwierdzanie sprawozdań finansowych możliwe jest do czerwca, a już można składać wnioski? Wartością bazową dla większości podmiotów będzie rok 2017, bo na chwilę obecną jest to dla nich ostatni zamknięty rok obrachunkowy.**

Wyjaśniamy, iż mając na uwadze fakt, że wnioski o dofinansowanie składane są do 04.04.2019 r., PARP nie dopuszcza możliwości ujęcia we wniosku o dofinansowanie danych finansowych wnioskodawcy za rok 2017, jako ostatni zamknięty rok obrachunkowy, dlatego też jako rok dla wartości bazowej w Generatorze Wniosków pojawia się rok 2018. Pragniemy podkreślić, iż uzupełnienie Generatora Wniosków w zakresie danych finansowych za rok 2018 nie wymaga od wnioskodawców zatwierdzenia i złożenia do KRS sprawozdania finansowego za ten rok. Jednocześnie zwracamy uwagę, że w celu prawidłowego ustalenia statusu MŚP przedsiębiorstwa wnioskodawca wykorzystuje dane za okres ostatnich 3 lat obrachunkowych, w tym rok 2018. W tym celu, jeśli przedsiębiorstwo nie posiada zatwierdzonego sprawozdania za rok 2018, wnioskodawca przedstawia dane, które pochodzą z szacunków dokonanych w dobrej wierze zgodnie z zasadami najlepszej praktyki w trakcie roku obrachunkowego.

## **Jeżeli misja wyjazdowa obejmuje kilka krajów - czy w każdym kraju w części finansowanej nie może trwać dłużej niż 3 dni na miejscu czy cała misja nie może trwać dłużej niż 3 dni na miejscu?**

Zgodnie z warunkami realizacji misji wyjazdowej, opisanymi w pkt. II. 1 programu promocji, misja wyjazdowa ma na celu rozpoznanie rynku i nawiązanie kontaktów biznesowych. Powinna prowadzić do nawiązania lub rozszerzenia współpracy z partnerami gospodarczymi na rynku, na który jest organizowana. Jednocześnie misja wyjazdowa może być połączona z uczestnictwem przedsiębiorcy w wydarzeniu targowym lub targowo-konferencyjnym w charakterze zwiedzającego (w tym w wydarzeniu, na którym jest organizowane narodowe stoisko informacyjno-promocyjne) lub też zostać zorganizowana niezależnie od tego wydarzenia. Ponadto, program promocji ogranicza czas trwania misji do 3 dni. Mając na uwadze powyższe należy wskazać, iż w sytuacji, gdy wyjazdowa misja organizowana jest na jeden z rynków wskazanych w pkt I.13. programu promocji i obejmuje kilka krajów objętych danym rynkiem (np. rynek - Ameryka Północna; kraje - Kanada, Stany Zjednoczone Ameryki, Meksyk), ww. misję należy traktować jako jedno działanie promocyjne, a zatem długość jej trwania nie powinna przekraczać 3 dni (łącznie na wszystkie kraje objęte wybranym rynkiem). W sytuacji natomiast, gdy misja wyjazdowa zostanie zaplanowana na różne kraje w obrębie różnych rynków, każdą z tych misji należy traktować jako oddzielne działanie promocyjne, a w konsekwencji należy przyjąć, iż każda misja na dany kraj może trwać 3 dni na miejscu.

## **Czy zakupiony w 2018 roku panel MPG może być wykorzystany**

## **na planowanych targach i czy jest kosztem kwalifikowalnym?**

Zakupiony uprzednio panel MPG może zostać wykorzystany podczas imprez targowych objętych wnioskiem o dofinansowanie złożonym w ramach obecnie trwającego naboru wniosków o dofinansowanie projektów. Mając jednak na uwadze fakt, iż panel został zakupiony przed dniem złożenia wniosku o dofinansowanie w ramach Konkursu nr 5/2019, koszt jego zakupu nie może stanowić wydatku kwalifikowalnego. Jednocześnie podkreślamy, iż ww. panel musi spełniać wszystkie założenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki, zgodnie z Księgą wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki dostępnej na Portalu Promocji Eksportu, na stronie internetowej Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii, bądź u Operatora programu promocji.

## **Czy w obecnym konkursie nie ma zamkniętej listy na targi?**

W tegorocznej edycji konkursu 3.3.3 Go to brand nie istnieje zamknięta lista krajów, na których Wnioskodawcy mogą promować swoje produkty. Wymogami dotyczącymi udziału w konkursie 3.3.3 Go to brand są: realizacja co najmniej jednego działania promocyjnego (misji wyjazdowej lub stoiska) na wydarzeniu odbywającym się poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej, na którym przewidziano organizację narodowego stoiska informacyjno-promocyjnego (wykaz wydarzeń na których znajdują się stoiska narodowe znajduje się w tabeli nr. 1 Programu branżowego) oraz realizacja, co najmniej jednego działania promocyjnego na wybranym przez siebie pozaunijnym rynku perspektywicznym (lista rynków perspektywicznych znajduje się w punkcie 13 danego Programu promocji branży). Po spełnieniu tych warunków Wnioskodawca może samodzielnie wybrać targi o charakterze międzynarodowym lub realizować misję wyjazdową w wybranym przez siebie kraju. Dodatkowe wybrane targi lub misje gospodarcze muszą być właściwe dla promocji produktu lub grupy produktów z marki produktowej, będącej przedmiotem realizacji projektu.

## **Czy transza dotacji jest wypłacana w formie refundacji czy zaliczki?**

Zgodnie z zapisami umowy o dofinansowanie projektu dofinansowanie jest przekazywane Beneficjentowi w formie zaliczki i/lub refundacji wydatków określonych w ust. 2, w wysokości określonej w harmonogramie płatności, na podstawie złożonych przez Beneficjenta i zaakceptowanych przez Instytucję Pośredniczącą wniosków o płatność pośrednią i końcową. Beneficjentowi w ramach przyznanego dofinansowania może być wypłacana zaliczka w wysokości i w terminach określonych w harmonogramie płatności, na podstawie złożonych przez Beneficjenta i zaakceptowanych przez Instytucję Pośredniczącą wniosków o płatność. Wypłaty dokonywane z wyodrębnionego rachunku bankowego do obsługi płatności zaliczkowej mogą być dokonywane wyłącznie jako płatności za wydatki kwalifikujące się do objęcia wsparciem w ramach Projektu. Łączna kwota zaliczki nie może przekroczyć 90% całkowitej wysokości dofinansowania, o której mowa w § 5 ust. 3 Umowy i powinna zostać rozliczona w wysokości co najmniej 70% wszystkich przekazanych dotychczas transz w terminie 6 miesięcy od dnia przekazania transzy zaliczki na 1. rachunek bankowy Beneficjenta, najpóźniej do końca okresu kwalifikowalności. Pozostała kwota zaliczki musi być rozliczona najpóźniej do końca okresu kwalifikowalności, z zastrzeżeniem ust. 14. Pozostała kwota dofinansowania może być przekazana Beneficjentowi w formie refundacji. Najwyższa transza zaliczki, o której mowa w ust. 5, nie może przekroczyć w danym momencie 40% całego dofinansowania. Rozliczenie transzy zaliczki polega na: 1) zwrocie niewykorzystanych środków lub 2) wykazaniu we wniosku o płatność osiągniętych wskaźników dla kwot ryczałtowych oraz wskaźników produktu i ich udokumentowanie. Warunkiem otrzymania kolejnej transzy zaliczki jest rozliczenie przez Beneficjenta co najmniej 70% wszystkich przekazanych dotychczas transz zaliczek

## **Co w przypadku, gdy koszt za zadanie będzie wyższy niż ten wskazany w „Wykazie standardowych kwot ryczałtowych”?**

Zgodnie z zapisami dokumentu Kwoty ryczałtowe jako uproszczona metoda rozliczania wydatków - materiał informacyjny konkursu Go to brand kwotą ryczałtową jest określona w umowie o dofinansowanie kwota ustalona w oparciu o szczegółowy budżet projektu przedstawiony przez wnioskodawcę we wniosku o dofinansowanie i uzgodniony na etapie zatwierdzania wniosku o dofinansowanie projektu za wykonanie określonego w projekcie zadania. Na kwotę ryczałtową dla danego zadania składają się wszystkie wydatki, które są niezbędne do zrealizowania tego zadania, zawierają się w katalogu kosztów kwalifikowanych określonych dla poddziałania 3.3.3 POIR, i które zostały wykazane w zatwierdzonym budżecie projektu. W dokumencie „Wykaz standardowych kwot ryczałtowych” **określono kwoty standardowe dla każdego rodzaju zadania, których wnioskodawca nie powinien przekroczyć (w sytuacji, gdy specyfika działalności wnioskodawcy lub specyfika projektu powodują, że niezbędne i uzasadnione jest poniesienie na realizację konkretnego zadania wydatków w kwocie przekraczającej kwotę z „Wykazu”, wnioskodawca jest zobowiązany przedstawić kalkulację budżetu takiego zadania wraz ze szczegółowym uzasadnieniem)**. Każda wnioskowana kwota ryczałtowa wymaga szczegółowego uzasadnienia potwierdzającego celowość, racjonalność i efektywność kwoty. KOP dokonuje oceny każdego wydatku w ramach kwoty ryczałtowej niezależnie od jego wartości.

## **Gdzie zamieszczone są Branżowe Programy Promocji i jakich branż dotyczą?**

Branżowe Programy Promocji znajdują się na stronie [Go to Brand](#), w zakładce "Dodatkowe dokumenty". Dostępne branże: - biotechnologia i farmaceutyka - budowa i wykańczanie budowli - części samochodowe i lotnicze - maszyny i urządzenia - moda polska - IT/ICT - jachty i łodzie rekreacyjne - polskie specjalności żywnościowe - sprzęt medyczny - branża kosmetyczna - meblarska - usług prozdrowotnych.

## **Czy w punkcie IX we wniosku należy dokonać opisu każdego produktu oddzielnie, czy można opisać jako grupę produktową?**

Zgodnie z zapisem w [Instrukcji](#), CZĘŚĆ IX. PRODUKTY WNIOSKODAWCY BĘDĄCE PRZEDMIOTEM EKSPORTU, dla każdego z produktów należy odrębnie określić jego nazwę lub rodzaj oraz numer kodu PKD działalności obejmującej ten produkt, a następnie scharakteryzować rynek międzynarodowy branży związanej z tym produktem oraz opisać przewagi konkurencyjne produktu będącego przedmiotem eksportu względem produktów z tej samej branży występujących na rynku międzynarodowym. Należy uzasadnić unikatowość produktu oraz wskazać w układzie porównawczym cechy produktu, dzięki którym wnioskodawca może osiągnąć przewagę konkurencyjną względem innych produktów oferowanych w tej samej branży na rynku międzynarodowym, w tym: - cechy jakościowe produktu; - orientacyjną cenę sprzedaży produktu uwzględniającą marżę; - inne cechy wyróżniające produkt od oferty konkurencyjnej.

## **Czy na jednym (tym samym) rynku perspektywicznym może zostać wykonana więcej niż jedna usługa doradcza?**

Przedsiębiorca może realizować, w ramach Programu działania promocyjne na więcej niż jednym rynku perspektywicznym, z rynków wskazanych w pkt. 13. Na tym samym rynku perspektywicznym przedsiębiorca może zrealizować ten sam rodzaj działania promocyjnego, z listy określonej w pkt. 9 a) - c), więcej niż raz. Punkt 13 dotyczy: W ramach realizacji Programu przedsiębiorca jest zobowiązany do realizacji, co najmniej jednego działania promocyjnego na wybranym przez siebie pozaunijnym rynku perspektywicznym, z rynków wymienionym poniżej: a) Azja Południowo-Wschodnia (Japonia, Korea Południowa, państwa Stowarzyszenia Narodów Azji Południowo-Wschodniej ASEAN4), b) Ameryka Północna (Kanada, Stany Zjednoczone Ameryki, Meksyk), c) Bliski Wschód (Turcja, Iran, Izrael i państwa Zatoki Perskiej), d) Europa Centralna i Wschodnia (państwa



Bałkanów Zachodnich, państwa członkowskie Wspólnoty Niepodległych Państw, Ukraina i Gruzja), e) państwa BRIC (Brazylia, Rosja, Indie, Chiny, Republika Południowej Afryki). Punkt 9 dotyczy: Do działań promocyjnych, które mogą być finansowe przez przedsiębiorców w ramach poddziałania 3.3.3 POIR zalicza się: a) misje wyjazdowe, b) misje przyjazdowe, c) stoiska na imprezach targowych lub targowo-konferencyjnych, d) zakup usługi doradczej, e) dodatkowe działania promocyjne. Co oznacza, że usługę doradczą na jednym (tym samym) rynku perspektywnym można wykonać tylko raz.

## **Czy kod PKD prowadzonej działalności gospodarczej musi być ujawniony w KRS na dzień złożenia wniosku o dofinansowanie, czy wystarczy, aby kod PKD działalności objętej danym programem promocji został zgłoszony do KRS do dnia złożenia wniosku?**

Aby projekt mógł zostać zakwalifikowany do objęcia wsparciem, wnioskodawca musi prowadzić działalność gospodarczą w ramach przynajmniej jednej z wymienionych w wybranym branżowym programie promocji kategorii działalności (PKD 2007). Numer kodu PKD działalności, której dotyczy projekt powinien być podany zgodnie z rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 24 grudnia 2007 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) (Dz.U. Nr 251, poz. 1885, z późn. zm.) oraz powinien zawierać dział, grupę, klasę oraz podklasę np. 12.34.Z Numer kodu PKD działalności, której dotyczy projekt, powinien być na dzień składania wniosku o dofinansowanie **ujawniony** w dokumencie rejestrowym (odpowiednio w Krajowym Rejestrze Sądowym lub Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej). Samo zgłoszenie do odpowiedniego rejestru należy uznać za niewystarczające dla uznania kryterium pn. *Projekt dotyczy marki produktowej wnioskodawcy i spełnia warunki określone w wybranym programie promocji* za spełnione. Kody PKD właściwe dla poszczególnych branż znajdują się w Branżowych Programach Promocji, na stronie: <https://www.parp.gov.pl/component/grants/grants/go-to-brand>

## **Czy w ramach projektu konieczna jest realizacja usługi doradczej?**

Przedsiębiorca w ramach projektu może zakupić jedną usługę doradczą w zakresie przygotowania wejścia na pozaunijny rynek perspektywny, jednak nie musi skorzysta z tego działania promocyjnego. Przedsiębiorca w ramach projektu jest bowiem zobowiązany do realizacji co najmniej 3 działań promocyjnych spośród: misji wyjazdowych, misji przyjazdowych, stoiska na imprezach targowych lub targowo-konferencyjnych, zakupu usługi doradczej, dodatkowych działań promocyjnych (mogą być 3 jednego rodzaju), w tym do realizacji co najmniej jednego działania promocyjnego (misji wyjazdowej lub stoiska) na wydarzeniu odbywającym się poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej, na którym przewidziano organizację narodowego stoiska informacyjno-promocyjnego. Jednocześnie, w ramach realizacji projektu, przedsiębiorca jest zobowiązany do realizacji co najmniej jednego działania na wybranym przez siebie pozaunijnym rynku perspektywnym, z rynków wymienionych w pkt. I.13 branżowych programów promocji. Zgodnie z branżowymi programami promocji zakup usługi doradczej nie jest obligatoryjnym działaniem promocyjnym.

## **Czy wnioskodawca musi wziąć udział w targach jako wystawca, czy może wziąć udział w imprezie targowej wyłącznie jako zwiedzający?**

Zgodnie z pkt I.11 branżowych programów promocji przedsiębiorca jest zobowiązany do realizacji co najmniej 3 działań promocyjnych spośród: misji wyjazdowych, misji przyjazdowych, stoiska na imprezach targowych lub targowo-konferencyjnych, zakupu usługi doradczej, dodatkowych działań

promocyjnych, w tym do realizacji co najmniej jednego działania promocyjnego (misji wyjazdowej lub stoiska) na wydarzeniu odbywającym się poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej, na którym przewidziano organizację narodowego stoiska informacyjno-promocyjnego. Wobec powyższych zapisów należy stwierdzić, iż wnioskodawca nie ma obowiązku wzięcia udziału w wydarzeniu poza granicami RP, na którym organizowane będzie stoisko narodowe, jako wystawca. Może wziąć w nim udział w ramach wyjazdowej misji gospodarczej, jako zwiedzający.

## **W związku z tym, że w dokumencie Wykaz standardowych kwot ryczałtowych dla kosztów projektu wskazano standardowe koszty dla zadań w poszczególnych programach promocji, można przyjąć je za kwoty właściwe i prawidłowe, bez konieczności przedstawiania we wniosku szczegółowych wyliczeń w zakresie szacowania kwoty?**

Nie. W [Wykazie standardowych kwot ryczałtowych](#) wskazano standardowe wartości, co jednak nie oznacza automatycznego akceptowania przez oceniających budżetów bazujących na kwotach na ich standardowym poziomie określonym w ww. dokumencie. Planowane koszty muszą być uzasadnione i adekwatne do indywidualnych warunków realizacji projektu np. w zakresie powierzchni stoiska wystawowego, liczby pracowników wnioskodawcy/beneficjenta biorących udział w targach w charakterze wystawcy lub w misji wyjazdowej, czasu trwania targów lub misji, zakresu realizowanych działań informacyjno-promocyjnych, itp. Wszystkie ww. elementy składowe lub działania jakie mają zostać zrealizowane, składające się na całościowy koszt jednego zadania, wnioskodawca wskazuje i opisuje we wniosku o dofinansowanie w Szczegółowy budżet projektu. Dla każdego zadania zdefiniowanego w zakresie rzeczowym, wnioskodawca jest zobowiązany:

1. wymienić szczegółowe wydatki w ramach kwoty ryczałtowej,
2. wskazać kategorię kosztów kwalifikowanych dla każdego wydatku, zgodnie z Regulaminem konkursu nr 5 rok 2019,
3. podać wartość wydatków kwalifikowalnych, które będą ponoszone w związku z realizacją zadania,
4. przedstawić sposób rozeznania rynku i ustalenia jednostek oraz ceny jednostkowej.

Dla każdego wydatku składającego się na kwotę ryczałtową powinna zostać dokonana rzetelna analiza rynku, na podstawie której wnioskodawca określi wartość wydatku składającego się na kwotę ryczałtową, która będzie obowiązująca dla jego projektu. We wniosku o dofinansowanie wnioskodawca jest zobowiązany:

1. wskazać źródła danych, na podstawie których zostały oszacowane wydatki,
2. wskazać nazwy (ewentualnie adresy stron internetowych) podmiotów, od których zostały zebrane oferty,
3. podać wartość poszczególnych ofert,
4. wskazać termin rozeznania rynku.

Wnioskodawca powinien posiadać dokumentację potwierdzającą przeprowadzenie analizy rynku, na podstawie której zostały określone kwoty ryczałtowe dla poszczególnych zadań. Na potwierdzenie przeprowadzenia rzetelnego rozeznania rynku wymagane jest przedstawienie informacji o co najmniej trzech ofertach. Na etapie oceny projektu Komisja Oceny Projektów może wezwać wnioskodawcę do przedstawienia dokumentacji z przeprowadzonej analizy rynku. Należy zatem podkreślić, iż wnioskodawca **każdorazowo** jest zobowiązany do przedstawienia we wniosku o dofinansowanie rozeznania rynku i sposobu ustalenia kwoty ryczałtowej dla każdego zadania.

## **Czy w sytuacji, gdy wnioskodawca weźmie udział w targach np.**

## **w Zjednoczonych Emiratach Arabskich jako wystawca, oba warunki wynikające z branżowego programu promocji zostaną uznane za spełnione, tzn. udział w wydarzeniu poza granicami RP, na którym przewidziano organizację narodowego stoiska informacyjno-promocyjnego oraz działanie na wybranym poza unijnym rynku perspektywicznym?**

Tak. W opisanym stanie faktycznym wyjazd na jedno wydarzenie targowe spowoduje spełnienie dwóch warunków wynikających z branżowego programu promocji np. dla branży biotechnologia i farmaceutyka, ponieważ:

- w ww. programie promocji wydarzenie CPhI Middle East & Africa odbywające się w Zjednoczonych Emiratach Arabskich widnieje w Tab. 1 jako wydarzenie z narodowym stoiskiem informacyjno-promocyjnym;
- Zjednoczone Emiraty Arabskie zaliczane są do krajów Bliskiego Wschodu, w związku z czym jeśli Bliski Wschód zostanie wybrany przez wnioskodawcę jako pozaunijny rynek perspektywiczny, wydarzenie CPhI Middle East & Africa odbywające się w Zjednoczonych Emiratach Arabskich będzie wypełniało warunek określony w pkt I.13. branżowego programu promocji.

## **Czy wnioskodawca może pojechać na imprezy targowe w Polsce?**

Branżowe programy promocji nie zawierają ograniczenia w zakresie udziału wnioskodawcy w ramach projektu jedynie w imprezach targowych odbywających się poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej. Zgodnie z założeniami programów promocji, wnioskodawca jest zobowiązany do udziału w co najmniej jednym działaniu promocyjnym (misji wyjazdowej lub stoiska) na wydarzeniu odbywającym się poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej, na którym przewidziano organizację narodowego stoiska informacyjno-promocyjnego (wykaz wydarzeń z narodowymi stoiskami informacyjno-promocyjnymi został wskazany w branżowych programach promocji). Jednocześnie wnioskodawca jest zobowiązany do realizacji, co najmniej jednego działania promocyjnego na wybranym przez siebie pozaunijnym rynku perspektywicznym, z rynków wymienionych w branżowych programach promocji. W pozostałym zaś zakresie wnioskodawca sam dokonuje wyboru i wskazuje we wniosku o dofinansowanie konkretne imprezy targowe, w których planuje wziąć udział. Nie jest zatem wykluczony udział wnioskodawcy w targach odbywających się na terenie kraju, mających zasięg i charakter targów międzynarodowych. Ponadto właściwych dla promocji produktu lub grupy produktów z marki produktowej, dotyczących realizowanego projektu.

## **Co oznacza, że projekt jest zgodny z zasadami horyzontalnymi?**

Zgodnie z kryteriami wyboru projektów, w ramach kryterium *Projekt jest zgodny z zasadami horyzontalnymi wymienionymi w art. 7 i 8 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013* ocenie podlega, czy projekt jest zgodny z zasadami horyzontalnymi UE: 1) promowanie równości kobiet i mężczyzn oraz niedyskryminacji, zgodnie z art. 7 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. Zgodnie z zasadą realizacja projektu nie może przyczyniać się do nierównego traktowania osób ze względu na płeć, rasę, pochodzenie etniczne, religię, światopogląd, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną. W szczególności należy wziąć pod uwagę zapewnienie dostępności produktów projektu dla osób z niepełnosprawnościami. Realizacja niniejszej zasady musi być zgodna z Wytocznymi w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z

niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014-2020; 2) zrównoważony rozwój, o którym mowa w art. 8 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. – należy uwzględnić wymogi ochrony środowiska, efektywnego gospodarowania zasobami, dostosowanie do zmian klimatu i łagodzenie jego skutków, różnorodność biologiczną, odporność na klęski żywiołowe oraz zapobieganie ryzyku i zarządzanie ryzykiem związanym z ochroną środowiska. Zgodnie z zasadą zrównoważonego rozwoju wsparcie nie może być udzielone na projekty prowadzące do degradacji lub znacznego pogorszenia stanu środowiska naturalnego. Warunek zgodności z zasadami horyzontalnymi uznaje się za spełniony, jeżeli projekt: 1) jest zgodny z zasadą równości szans kobiet i mężczyzn oraz niedyskryminacji. W wyjątkowych sytuacjach dopuszczalne jest uznanie neutralności projektu w stosunku do zasady równości szans kobiet i mężczyzn, o ile wnioskodawca wskaże szczegółowe uzasadnienie, dlaczego dany projekt nie jest w stanie zrealizować jakichkolwiek działań w tym zakresie i uzasadnienie to zostanie zatwierdzone przez PARP; 2) zapewnia dostępność produktów projektu dla osób z niepełnosprawnościami. W wyjątkowych sytuacjach możliwe jest uznanie neutralności produktu projektu w rozumieniu Wytycznych w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014-2020; 3) ma co najmniej neutralny wpływ na realizację zasady zrównoważonego rozwoju. Ocena jest dokonywana na podstawie oświadczenia i uzasadnienia wnioskodawcy wskazanego we wniosku o dofinansowanie. Szczegółowe wskazówki w zakresie sposobu odniesienia się we wniosku o dofinansowanie w przedmiotowym zakresie zawiera Instrukcja wypełniania wniosku o dofinansowanie.

## Ile działań promocyjnych musi zrealizować przedsiębiorca?

Wymagana liczba działań promocyjnych wskazana jest w branżowych programach promocji. Przedsiębiorca jest zobowiązany do realizacji, w ramach Programu, co najmniej 3 działań promocyjnych, spośród następujących działań: a) misje wyjazdowe, b) misje przyjazdowe, c) stoiska na imprezach targowych lub targowo-konferencyjnych, d) zakup usługi doradczej, e) dodatkowe działania promocyjne. Mogą to być 3 działania tego samego rodzaju spośród: misji wyjazdowych, misji przyjazdowych i stoiska na imprezie targowej lub targowo-konferencyjnej. W przypadku usługi doradczej, może być ona realizowana tylko raz w projekcie i musi dotyczyć rynku, na którym wnioskodawca zaplanował udział w imprezie targowo-wystawienniczej w charakterze wystawcy. Ponadto, wnioskodawcy są zobowiązani do realizacji co najmniej jednego działania promocyjnego (misji wyjazdowej lub stoiska) na wydarzeniu odbywającym się poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej, na którym przewidziano organizację narodowego stoiska informacyjno-promocyjnego (wskazanego w branżowym programie promocji) oraz co najmniej jednego działania promocyjnego na wybranym przez siebie pozaunijnym rynku perspektywicznym (wskazanym w branżowym programie promocji).

## Jakie są założenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki?

Beneficjenci poddziałania 3.3.3 PO IR oraz wnioskodawcy, których projekty są rekomendowane do wsparcia, są zobowiązani do stosowania wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki na stoiskach wystawienniczych. Księga wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki jest dostępna na Portalu Promocji Eksportu, na stronie internetowej Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii, bądź u Operatora programu promocji. Zgodnie z komunikatem widniejącym na stronie internetowej poddziałania, Beneficjenci poddziałania 3.3.3 PO IR, **po ogłoszeniu wyników naboru wniosków o dofinansowanie**, zobowiązani są do używania znaku Marki Polskiej Gospodarki podczas imprez targowo-wystawienniczych, misji gospodarczych, a także umieszczania logotypu na swoich materiałach promocyjnych. W związku z powyższym, przedsiębiorcy ci zwolnieni są z obowiązku wnioskowania o użyczenie znaku Marki Polskiej Gospodarki na ww. cele.

## Co zalicza się do kosztów kwalifikowalnych w zakresie pomocy de minimis?

Do kosztów kwalifikowalnych w zakresie pomocy de minimis zalicza się koszty:

- usługi doradczej dotyczącej umiędzynarodowienia przedsiębiorcy;
- podróży służbowych pracowników przedsiębiorcy uczestniczącego w targach, misjach gospodarczych lub programie wspierającym rozwój na rynkach zagranicznych w zakresie i według stawek określonych w przepisach w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej poza granicami kraju, tj. koszty:

1. diet,
2. noclegów,
3. przejazdów i dojazdów środkami komunikacji miejscowej,
4. innych niezbędnych wydatków związanych z tymi podróżami takich jak opłaty za: uzyskanie wiz, bagaż, przejazd drogami płatnymi i autostradami, postój w strefie płatnego parkowania, miejsca parkingowe;

- transportu i ubezpieczenia osób i eksponatów w związku z udziałem w targach i misjach gospodarczych, tj. koszty:

1. zakupu usług w zakresie transportu i ubezpieczenia za granicą oraz na terytorium RP osób (pracowników wnioskodawcy i innych osób uczestniczących w realizacji projektu, w tym
2. uczestników przyjazdowej misji gospodarczej) oraz eksponatów, inne niż uwzględnione w kategorii kosztów, o której mowa w pkt 2,
3. odprawy celnej i spedycji,
4. bagażu i nadbagażu, inne niż uwzględnione w kategorii kosztów, o której mowa w pkt 2;

- rezerwacji miejsca wystawowego na targach, opłaty rejestracyjnej za udział w targach oraz wpisu do katalogu targowego;
- organizacji stoiska wystawowego na targach lub wystawie, w tym koszty:

1. wynajmu, budowy i obsługi stoiska wystawowego podczas uczestnictwa MŚP w danych targach lub danej wystawie, w tym koszty zakupu gotowych, zindywidualizowanych elementów zabudowy stoiska wystawowego,
2. nabycia lub wytworzenia oraz instalacji na stoisku wystawienniczym trwałego i widocznego elementu dekoracyjnego uwzględniającego założenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki;

- reklamy w mediach targowych;
- udziału w seminariach, kongresach i konferencjach;
- organizacji pokazów, prezentacji i degustacji produktów w zakresie promocji marki produktowej, w tym zakupu usług w tym zakresie: wynajmu niezbędnych pomieszczeń oraz sprzętu, zakupu usług tłumaczenia, zakupu usług cateringowych, zakupu usług hotelowych dla uczestników przyjazdowej misji gospodarczej;
- informacyjno-promocyjne projektu (planując koszty, o których mowa w tym punkcie, należy stosować zasady określone we wzorze umowy o dofinansowanie stanowiącym załącznik do regulaminu.), tj. koszty:

1. nabycia lub wytworzenia oraz dystrybucji obcojęzycznych lub dwujęzycznych materiałów informacyjno-promocyjnych takich jak: gadżety reklamowe, materiały drukowane np. foldery, ulotki, wizytówki,
2. produkcji i emisji spotów reklamowych i filmów informacyjno-promocyjnych promujących markę przedsiębiorcy,
3. zagranicznej reklamy prasowej, internetowej, reklamy w katalogach targowych i branżowych,
4. organizacji prezentacji produktów, kolekcji (np. w formie showroomów),
5. przygotowania obcojęzycznej strony internetowej lub obcojęzycznego modułu do istniejącej strony,

6. przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych na wyszukiwarkach internetowych i portalach społecznościowych.

## **Czy termin naboru wniosków może być skrócony?**

Termin naboru wniosków może ulec skróceniu. Jeżeli kwota dofinansowania złożonych w ramach naboru wniosków o dofinansowanie projektów zlokalizowanych:

- w województwie mazowieckim, przekroczy 150 % kwoty przeznaczonej na dofinansowanie tych projektów w konkursie, termin składania wniosków o dofinansowanie dla projektów zlokalizowanych w województwie mazowieckim może ulec skróceniu;
- w województwach innych niż mazowieckie, przekroczy 200 % kwoty przeznaczonej na dofinansowanie tych projektów w konkursie, termin składania wniosków o dofinansowanie dla projektów zlokalizowanych w województwach innych niż mazowieckie może ulec skróceniu.

O skróceniu terminu naboru PARP poinformuje zgodnie z § 15 ust. 2 Regulaminu konkursu, nie później niż na 5 dni roboczych przed planowanym terminem zakończenia naboru.

## **Jaki jest cel konkursu?**

Celem konkursu jest wybór do dofinansowania projektów, które w największym stopniu przyczynią się do osiągnięcia celów POIR oraz celów poddziałania określonych w SZOOP. Do celów tych należy w szczególności udzielenie wsparcia mikroprzedsiębiorcom, małym i średnim przedsiębiorcom (MŚP) uczestniczącym w programach promocji wskazanych przez PARP. Poddziałanie ukierunkowane jest na promowanie Marki Polskiej Gospodarki przy wykorzystaniu polskich marek produktowych przedsiębiorstw posiadających produkt (wyrób lub usługę) konkurencyjny względem produktów z tej samej branży występujących na rynku międzynarodowym.

## **Ile trwa rozstrzygnięcie konkursu?**

Przewidywany termin rozstrzygnięcia konkursu wynosi 80 dni od dnia zamknięcia naboru wniosków o dofinansowanie. W terminie 7 dni od rozstrzygnięcia konkursu, PARP publikuje na swojej stronie internetowej oraz na portalu listę projektów, które spełniły kryteria wyboru projektów i uzyskały wymaganą liczbę punktów, z wyróżnieniem projektów wybranych do dofinansowania.

## **Co oznacza jedno zadanie, jak są rozliczane zadania w projekcie?**

Pojedyncze zadanie oznacza określony rodzaj działania promocyjnego, wynikający z branżowego programu promocji i wszystkie koszty związane z jego realizacją. Dla przykładu: - zadanie 1 dotyczy udziału wnioskodawcy w określonej imprezie targowo-wystawienniczej, - zadanie 2 dotyczy udziału wnioskodawcy w kolejnej imprezie targowo-wystawienniczej, - zadanie 3 dotyczy udziału wnioskodawcy w misji gospodarczej do kraju z określonego rynku perspektywicznego, - zadanie 4 dotyczy zakupu usługi doradczej w związku z udziałem w imprezie targowo-wystawienniczej. Definiując pojedyncze zadanie we wniosku o dofinansowanie projektu należy uwzględnić i oszacować koszty towarów/produktów/usług, które będą ponoszone w związku z jego realizacją, związane wyłącznie z konkretnym wydarzeniem (targami, misją), produktem (materiały promocyjne) lub usługą (doradztwo). Każde zadanie musi mieć przypisaną kwotę ryczałtową i wskaźnik jego realizacji, którego stopień osiągnięcia będzie weryfikowany w trakcie rozliczania projektu na podstawie dokumentów wskazanych we wniosku o dofinansowanie. W jednym zadaniu można uwzględnić koszty związane tylko: 1) z udziałem w jednym wydarzeniu targowym w roli wystawcy; 2) z udziałem lub organizacją jednej misji gospodarczej; 3) realizacją usługi doradczej; 4) z działaniami informacyjno-promocyjnymi o określonym charakterze. Zadania będą rozliczane za pomocą kwot ryczałtowych, których wartość będzie weryfikowana i zatwierdzana na etapie oceny wniosku o

dofinansowanie. We wniosku o dofinansowanie w pkt. X w części *Zakres finansowy* w tabeli *Wydatki rozliczane ryczałtowo* należy wpisać kwoty ryczałtowe oszacowane dla poszczególnych zadań zaplanowanych w części *Zakres rzeczowy*. Natomiast w kolejnej tabeli pn. *Szczegółowy budżet projektu* należy wskazać dla każdej kwoty ryczałtowej poszczególne wydatki (elementy składowe), które muszą być przypisane do kategorii kosztów kwalifikowalnych określonych w § 5 Regulaminu konkursu nr 5/2019, tj.: - ust. 6, jeśli zadanie będzie rozliczane w ramach kosztów pomocy publicznej lub - ust. 7, jeśli zadanie będzie rozliczane w ramach kosztów pomocy de minimis.

## **Do kiedy mogę spodziewać się monitoringu projektu?**

Instytucja Pośrednicząca monitoruje realizację Projektu, a w szczególności osiągnięcie wskaźników dla kwot ryczałtowych, wskaźników produktu i rezultatu w terminach i wielkościach określonych we wniosku o dofinansowanie, zarówno w trakcie realizacji Projektu, jak i w okresie 3 lat od zakończenia okresu kwalifikowalności wydatków.

## **W jakiej formie rozliczany jest projekt?**

Projekty w ramach poddziałania 3.3.3 PO IR rozliczane są wyłącznie kwotami ryczałtowymi. Suma kwot ryczałtowych dla jednego projektu nie może przekroczyć 100 000 EUR wkładu publicznego, w związku z czym maksymalna wartość dofinansowania projektu w konkursie nr 5/2019 wynosi 430 280,00 zł i stanowi równowartości kwoty 100.000 EUR przeliczonej na PLN z wykorzystaniem miesięcznego obrachunkowego kursu wymiany stosowanego przez KE aktualnego na dzień ogłoszenia konkursu, tj. 25 stycznia 2019 r. Informacje dotyczące kwot ryczałtowych, w tym sposobu ich rozliczania są zawarte w załączniku nr 7 do Regulaminu konkursu oraz w załączniku nr 4 - wzorze umowy o dofinansowanie.

## **Czy do wniosku powinny być dołączone jakieś załączniki?**

W przypadku, gdy wnioskodawca posiada dokument, z którego wynika prawo dysponowania marką produktową promowaną w ramach projektu, powinien załączyć ten dokument do wniosku. Nie jest to jednak załącznik obligatoryjny.

## **Czy mogę jechać na targi przed złożeniem wniosku?**

Przed dniem złożenia wniosku o dofinansowanie możliwe jest jedynie poniesienie kosztów rezerwacji miejsca wystawowego na targach, opłaty rejestracyjnej za udział w targach oraz wpisu do katalogu towarowego. Koszty, o których mowa powyżej uważa się za kwalifikowalne, jeśli zostały poniesione nie wcześniej niż 12 miesięcy przed dniem złożenia wniosku o dofinansowanie. W przypadku pozostałych kosztów, poniesienie ich przed dniem złożenia wniosku o dofinansowanie (lub w dniu złożenia wniosku) skutkować będzie uznaniem ich za niekwalifikowalne. Możliwe jest natomiast rozpoczęcie realizacji projektu po dniu złożenia wniosku o dofinansowanie. Należy podkreślić, że za rozpoczęcie realizacji projektu uznaje się dzień zaciągnięcia pierwszego prawnie wiążącego zobowiązania do zamówienia usług związanych z realizacją projektu, z wyłączeniem działań i wydatków związanych z rezerwacją miejsca wystawowego na targach, opłatą rejestracyjną za udział w targach oraz wpisem do katalogu targowego. Działania przygotowawczych, w szczególności usług doradczych związanych z przygotowaniem projektu, w tym analiz przygotowawczych (technicznych, finansowych, ekonomicznych) oraz przygotowania dokumentacji związanej z wyborem wykonawcy, nie uznaje się za rozpoczęcie realizacji projektu. Z uwagi na fakt, że projekt nie może zostać rozpoczęty przed dniem ani w dniu złożenia wniosku o dofinansowanie, nie należy zawierać żadnych umów z wykonawcami, poza wyjątkiem wskazanym powyżej. Podpisanie listów intencyjnych lub zawarcie umów warunkowych dotyczących działań/zakupów podejmowanych w ramach projektu nie jest uznawane za rozpoczęcie realizacji projektu i może mieć miejsce przed złożeniem wniosku. Jednocześnie należy pamiętać o tym, że Wnioskodawca powinien przystąpić do realizacji projektu w zadeklarowanym terminie. Zwracamy uwagę, że planowany termin rozstrzygnięcia konkursu to 80 dni od zamknięcia naboru, a przewidywany termin podpisania umowy o dofinansowanie to III i IV

kwartał 2019 r. Jeśli Wnioskodawca zaplanował rozpoczęcie projektu przed tymi datami musi realizować projekt ze środków własnych (wypłata zaliczki jest możliwa po podpisaniu umowy). Jednocześnie powodem wnioskowania o zmiany w projekcie nie może być fakt podpisania umowy po zaplanowanym przez Wnioskodawcę terminie rozpoczęcia projektu.

## **Czy VAT jest kosztem kwalifikowalnym?**

**Jeśli wnioskodawca ma możliwość odzyskania podatku VAT, kwota tego podatku nie jest wydatkiem kwalifikowalnym w projekcie. Natomiast, podatek VAT może być kosztem kwalifikowalnym w sytuacji, gdy Wnioskodawca nie ma możliwości jego odzyskania. Należy określić w pkt. II wniosku o dofinansowanie, czy wnioskodawca ma możliwość odzyskania VAT poniesionego w związku z realizacją projektu, częściowego odzyskania VAT, czy nie ma takiej możliwości. Wnioskodawca deklaruje możliwość (bądź jej brak) odzyskania podatku VAT poprzez wybranie w pkt. II wniosku o dofinansowanie jednej z dostępnych opcji: [TAK] lub [NIE] lub [Częściowo].**

**W przypadku braku możliwości odzyskania podatku VAT poniesionego w związku z realizacją projektu i uznania go za wydatek kwalifikowalny, należy przedstawić szczegółowe uzasadnienie zawierające podstawę prawną wskazującą na brak możliwości obniżenia VAT należnego o VAT naliczony zarówno na dzień sporządzania wniosku o dofinansowanie, jak również mając na uwadze planowany sposób wykorzystania w przyszłości (w okresie realizacji projektu lub po jego zakończeniu) majątku wytworzonego w związku z realizacją projektu.**

## **Jaka jest maksymalna intensywność dofinansowania?**

Maksymalna intensywność dofinansowania wynosi:

- **w przypadku wyboru formy dofinansowania w postaci pomocy publicznej** na sfinansowanie kosztów wynajmu, budowy i obsługi stoiska wystawowego, o których mowa w § 38 rozporządzenia – do 50% wartości kosztów kwalifikowalnych;



- **w przypadku wyboru formy dofinansowania w postaci pomocy publicznej** na sfinansowanie kosztów wynajmu, budowy i obsługi stoiska wystawowego, o których mowa w § 38 rozporządzenia **oraz pomocy de minimis** na sfinansowanie pozostałych kosztów projektu wybranych z rodzajów wskazanych w § 42 pkt 7, 10-12 oraz 14-17 rozporządzenia – do 50% wartości kosztów kwalifikowalnych;
- **w przypadku wyboru formy dofinansowania w postaci tylko pomocy de minimis** w zakresie kosztów projektu określonych w § 42 pkt 7 oraz 10-17 rozporządzenia:
  - do 60% - dla średniego przedsiębiorcy,
  - do 75% - dla małego przedsiębiorcy,
  - do 80% - dla mikroprzedsiębiorcy z województwa mazowieckiego,
  - do 85% - dla pozostałych mikroprzedsiębiorców.

## **Jaka jest maksymalna wartość kosztów kwalifikowalnych?**

Maksymalna wartość kosztów kwalifikowalnych projektu realizowanego w ramach branżowego programu promocji wynosi 1 000 000,00 zł. Należy jednak mieć na uwadze, że maksymalna wartość dofinansowania nie może przekroczyć 430 280,00 zł. W związku z powyższym jeśli wnioskodawca zaplanuje wydatki na poziomie 1 000 000,00 zł, maksymalny procent dofinansowania wyniesie jedynie 43,02 %.

## **W jaki sposób mogę złożyć wniosek?**

Wniosek o dofinansowanie należy złożyć wyłącznie w wersji elektronicznej za pośrednictwem Generатора Wniosków udostępnionego za pośrednictwem strony internetowej PARP (Link do Generatora Wniosków będzie aktywny od 25 lutego 2019 r.).

## **Jaki jest termin zgłaszania wniosków?**

Wnioski o dofinansowanie mogą być składane w terminie od 25 lutego 2019 r. do 4 kwietnia 2019 r. (w ostatnim dniu naboru do godz. 16:00:00). Za datę złożenia wniosku jest przyjmowana data według danych z serwera PARP.

## **Kto może otrzymać dofinansowanie?**

O dofinansowanie w ramach konkursu mogą ubiegać się wyłącznie podmioty spełniające kryteria mikroprzedsiębiorcy, małego lub średniego przedsiębiorcy w myśl Załącznika I do rozporządzenia KE 651/2014 i prowadzący działalność gospodarczą na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej potwierdzoną wpisem do odpowiedniego rejestru. Aby otrzymać dofinansowanie, wnioskodawcy oraz zgłoszone przez nich projekty muszą spełniać kryteria wyboru projektów obowiązujące dla poddziałania oraz warunki wskazane zarówno w Regulaminie konkursu, jak i branżowych programach promocji. Warunkiem koniecznym jest również złożenie w wymaganym terminie wniosku o dofinansowanie projektu, który będzie podlegał ocenie.

## **Jak oszacować koszty podróży służbowych pracowników Wnioskodawcy?**

Koszty podróży służbowych pracowników [\[1\]](#) przedsiębiorcy uczestniczącego w targach lub misjach gospodarczych w zakresie i według stawek określonych w przepisach w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej poza granicami kraju [\[2\]](#), tj. koszty:

1. diet,
2. noclegów,
3. przejazdów i dojazdów środkami komunikacji miejscowej,

4. innych niezbędnych wydatków związanych z tymi podróżami takich jak opłaty za: uzyskanie wiz, bagaż, przejazd drogami płatnymi i autostradami, postój w strefie płatnego parkowania i miejsca parkingowe.

[1] Definicja pracownika zgodnie z art. 3 ust. 2 ustawy z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (Dz. U. z 2018 r. poz. 110), dalej „ustawa o PARP”. [2] Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 29 stycznia 2013 r. w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej (Dz. U. z 2013 r. poz. 167) zwane dalej „rozporządzenie MPiPS. Co oznacza, że Wnioskodawca ma możliwość oszacowania powyższych kosztów bądź zastosowania kwot, o których mowa w Rozporządzeniu Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 29 stycznia 2013 r. w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej (Dz. U. z 2013 r. poz. 167). Właściwe uwzględnienie kosztów będzie podlegało weryfikacji Komisji Oceny Projektu. Więcej informacji odnośnie podróży dostępnych w Wykazie standardowych kwot ryczałtowych.

## **Czy koszt nabycia/wytworzenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki może zostać poniesiony tylko raz i wykorzystywany przez wszystkie targi?**

Zaplanowanie poniesienia powyższego kosztu zależy od Wnioskodawcy, możliwe jest, że wydatek ten wystąpi raz w trakcie realizacji projektu.

## **W odniesieniu do kryterium „produkt wykorzystuje chroniony znak towarowy (w tym ochrona nazwy, marki produktowej), uzyskane patenty na wynalazki, wzory przemysłowe, wzory użytkowe, w opracowaniu których brała udział uczelnia wyższa bądź instytut badawczy zlokalizowany na terenie Rzeczypospolitej Polskiej” uznane będzie, jeśli dopiero dokonano zgłoszenia do urzędu patentowego?**

Nie zostanie uzane. Patent musi być już przyznany.

## **Czym jest stoisko narodowe?**

Stoisko narodowe będzie tworzone przez operatora danego programu branżowego i wnioskodawca może z niego dodatkowo nieodpłatnie skorzystać (tj. niezależnie od swojego stoiska i w zakresie jaki wynika z zapisów programu branżowego). Na stoisku narodowym można np. odbywać spotkania z potencjalnymi kontrahentami lub przeprowadzić prezentację swoich produktów. Przedsiębiorca zobowiązany jest wziąć udział w określonej liczbie wydarzeń, w ramach których zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne.

## **Czy koszt nabycia/wytworzenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki może zostać poniesiony tylko raz i wykorzystywany przez wszystkie targi?**

Zaplanowanie poniesienia powyższego kosztu zależy od Wnioskodawcy, możliwe jest, że wydatek ten wystąpi raz w trakcie realizacji projektu.

## **Czy Beneficjent działania może ubiegać się ponownie o**

## **dofinansowanie w ramach poddziałania 3.3.3 POIR na inne działania w ramach Branżowego Programu Promocji?**

Beneficjent poddziałania 3.3.3 POIR może ubiegać się o dofinansowanie w ramach kolejnego konkursu do tego działania. Z zastrzeżeniem, że nie można uzyskać dofinansowania dwa razy na ten sam projekt, wydatek.

### **Co należy zamieścić w punkcie działalność B+R Wnioskodawcy?**

W tej części należy podać informacje określające skalę działalności B+R prowadzonej przez wnioskodawcę w okresie ostatnich dwóch zamkniętych lat obrachunkowych poprzedzających rok złożenia wniosku o dofinansowanie takie jak:

- łączna kwota wydatków wnioskodawcy poniesionych w ww. okresie w ramach prowadzonej przez niego działalności gospodarczej,
- w tym kwota wydatków poniesionych w tym samym okresie na działalność B+R.

Kwota wydatków poniesionych na działalność B+R dotyczy wszystkich tego rodzaju wydatków poniesionych przez wnioskodawcę w ww. okresie, nie zaś jedynie na działalność B+R związaną z produktami (tj. wyrobami lub usługami), które będą stanowiły przedmiot eksportu. W przypadku nowo utworzonych przedsiębiorstw lub wnioskodawców prowadzących działalność gospodarczą przez okres krótszy niż dwa lata, należy podać udział wydatków poniesionych na działalność B+R w okresie prowadzonej działalności gospodarczej w stosunku do sumy wydatków poniesionych przez wnioskodawcę w ramach prowadzonej działalności gospodarczej. Na podstawie ww. informacji automatycznie wyliczony zostanie procentowy udział wydatków na działalność B+R wnioskodawcy w stosunku do sumy wydatków poniesionych w tym okresie w ramach prowadzonej działalności gospodarczej.

### **Jak ustalana jest kwota wydatków na działalność B+R?**

Aby możliwe było zweryfikowanie prawidłowości ustalenia ww. procentowego udziału wydatków na działalność B+R wnioskodawcy w stosunku do sumy wydatków poniesionych w ramach prowadzonej działalności gospodarczej, w tym polu w sposób precyzyjny należy opisać metodologię ustalenia kwot wydatków będących podstawą do określania jego wartości, w szczególności kwoty dotyczącej wydatków na działalność B+R. Podając ww. informacje pamiętać należy, że ich prawdziwość może także podlegać sprawdzeniu na etapie kontroli realizacji oraz rozliczenia projektu na podstawie dokumentacji posiadanej przez wnioskodawcę potwierdzającej poniesienie wydatków na działalność B+R, w tym przede wszystkim dokumentacji księgowej, sprawozdań finansowych, złożonego w GUS formularza PNT-01 – Sprawozdania o działalności badawczo-rozwojowej (B+R). W przypadku wnioskodawców, którzy w okresie 2 ostatnich zamkniętych lat obrachunkowych poprzedzających rok złożenia wniosku o dofinansowanie nie ponosili wydatków na prowadzenie działalności B+R, w polu „w tym kwota wydatków wnioskodawcy poniesionych w ciągu 2 ostatnich, zamkniętych lat obrachunkowych na działalność B+R” należy podać „0”. W takim przypadku wartość udziału (%) wydatków na działalność B+R w stosunku do sumy wydatków poniesionych w tym okresie w ramach prowadzonej działalności gospodarczej będzie wynosiła „0”. W związku z tym brak jest także konieczności opisywania metodologii określania udziału (%) wydatków na działalność B+R w stosunku do sumy wydatków poniesionych w tym okresie w ramach prowadzonej działalności gospodarczej.

**Wnioskodawcą w projekcie byłaby spółka, która za 3 miesiące zostanie wchłonięta przez inną spółkę. Jak wówczas wygląda sytuacja umowy o dofinansowanie, zarówno w przypadku jak ją podpiszemy przed połączeniem, jak i po połączeniu firmy?**

Do podpisania umowy o dofinansowanie może przystąpić jedynie podmiot, który składał wniosek o dofinansowanie podlegający ocenie.

## **Czy koszty podróży i noclegu osób zatrudnionych na podstawie umowy cywilno-prawnej (w tym kontraktu menadżerskiego) oraz powołania (np. członkowie zarządu spółki, członkowie Rady Nadzorczej) mogą być kwalifikowane w projekcie?**

W ramach poddziałania 3.3.3 POIR, definicję pracownika należy przyjąć zgodnie z Art. 3 ust. 3 Ustawy z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (Dz.U.2018.110), tj. „Ilekcroć w ustawie, w zakresie udzielanej przez Agencję pomocy finansowej, jest mowa o pracowniku, należy przez to rozumieć: 1) pracownika w rozumieniu art. 2 ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. - Kodeks pracy (Dz. U. z 2016 r. poz. 1666, 2138 i 2255 oraz z 2017 r. poz. 60 i 962); 2) osobę wykonującą pracę na podstawie umowy agencyjnej, umowy zlecenia lub innej umowy o świadczenie usług, do której zgodnie z Kodeksem cywilnym stosuje się przepisy dotyczące zlecenia albo umowy o dzieło, jeżeli umowę taką zawarła z pracodawcą, z którym pozostaje w stosunku pracy, lub jeżeli w ramach takiej umowy wykonuje pracę na rzecz pracodawcy, z którym pozostaje w stosunku pracy; 3) właściciela pełniącego funkcje kierownicze; 4) wspólnika w tym partnera prowadzącego regularną działalność w przedsiębiorstwie i czerpiącego z niego korzyści finansowe.” Jednocześnie należy zwrócić uwagę, że w ramach poddziałania 3.3.3 POIR, Go to Brand kwalifikowalne są „koszty podróży służbowych ...”, co oznacza, że mogą to być tylko koszty dotyczące osób, które Beneficjent może, zgodnie z innymi regulacjami, delegować w podróż służbową.

## **Czy koszty, które nie będą kwalifikowalne w projekcie, powinny być w nim ujęte?**

Dla przejrzystości uzasadnienia budżetu projektu sugerujemy umieszczenie we wniosku informacji na temat kosztów, których wnioskodawca nie kwalifikuje w ramach projektu, a które ponosi we własnym zakresie, aby projekt mógł być zrealizowany. Jednocześnie wyjaśniamy, że ocenie podlegać będzie, czy wydatki planowane do poniesienia w ramach projektu i przewidziane do objęcia wsparciem są uzasadnione i racjonalne w stosunku do zaplanowanych przez wnioskodawcę działań i celów projektu oraz celów określonych dla poddziałania. Informacje zawarte we wniosku o dofinansowanie opisujące cele i budżet powinny stanowić zwartą i logiczną całość obrazującą przyczyny, przebieg i efekty planowanego do realizacji przedsięwzięcia.

## **Co należy rozumieć pod pojęciem obsługa targów?**

W katalogu kosztów kwalifikowalnych występują koszty „organizacji stoiska wystawowego na targach lub wystawie, w tym w szczególności koszty wynajmu, budowy i obsługi stoiska wystawowego podczas uczestnictwa MŚP w danych targach lub danej wystawie, w tym koszty zakupu gotowych, zindywidualizowanych elementów zabudowy stoiska wystawowego. Na podstawie § 5 ust. 8 Regulaminu konkursu nr 4/2018 „działania promocyjne związane z udziałem w targach mogą składać się, z uwzględnieniem ust. 7, z następujących elementów: a) działania związane z organizacją i przeprowadzeniem udziału wnioskodawcy w imprezie targowo-wystawienniczej w charakterze wystawcy; b) organizacja i udział w spotkaniach z kontrahentami lub potencjalnymi kontrahentami, w tym w spotkaniach B2B i spotkaniach matchmakingowych. Za kwalifikowalne uznaje się koszty usług w zakresie wynajmu niezbędnych pomieszczeń oraz sprzętu, zakupu usług tłumaczenia i zakupu usług cateringowych; c) organizacja dla kontrahentów lub potencjalnych kontrahentów pokazów, prezentacji i degustacji produktów. Z kosztów wymienionych w pytaniu kwalifikowalne są koszty mediów (przyłączenie do prądu, internetu itd.) i wywozu nieczystości. W odniesieniu do kosztów stewardessy i osoby obsługującej stoisko, na podstawie przedstawionego we wniosku o dofinansowanie uzasadnienia zostanie dokonana ocena kwalifikowalności tych kosztów.

## **Gdzie znaleźć informacje odnośnie panelu Marki Polskiej Gospodarki?**

Te informacje umieszczone są pod podanymi poniżej linkami: - [Projekt panelu promocyjnego Marki Polskiej Gospodarki](#); - [Księga Marki Polskiej Gospodarki](#).

## **Czy jest ograniczenie, co do ilości dni kwalifikowanych możliwych do dofinansowania w ramach jednej imprezy targowej?**

Nie zostały określone limity co do długości pobytu w związku z udziałem w targach. Ocena kosztów z tym związanych jest dokonywana w oparciu o przedstawione we wniosku o dofinansowanie projektu uzasadnienie.

## **Kiedy musi być ujawniony wpis do rejestru?**

Dane muszą być aktualne na dzień złożenia wniosku o dofinansowanie. Jako aktualne są przyjmowane dane z odpowiedniego rejestru<sup>[1]</sup>, tj.: - wnioskodawca zarejestrowany w Krajowym Rejestrze Sądowym podaje dane ujawnione w Rejestrze Przedsiębiorców KRS na dzień złożenia wniosku o dofinansowanie, - wnioskodawca zarejestrowany w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej podaje dane ujawnione wna dzień złożenia wniosku o dofinansowanie <sup>[1]</sup> Rejestry, o których mowa w art. 50a ustawy z dnia 11 lipca 2014 r. o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014-2020 (Dz. U. z 2018 r. poz. 1431, z późn. zm.).

## **Czy koszty paliwa są wydatkiem kwalifikowalnym?**

Koszty paliwa będą kosztem kwalifikowalnym, o ile w odpowiedni sposób zostaną zaklasyfikowane. Koszty paliwa kwalifikujemy wg następujących zasad: 1) w kategorii "podróże służbowe pracowników" koszty paliwa są kwalifikowalne, jeśli wskazane są w druku delegacji (służbowa podróż zagraniczna), przy czym obowiązkowo podróż musi odbywać się samochodem służbowym; jeśli podróż odbywa się samochodem prywatnym, koszt paliwa nie jest kwalifikowalny - powinien być rozliczony stawką za 1 km określoną w rozporządzeniu; 2) w kategorii "transport i ubezpieczenia" koszt paliwa może być kwalifikowalny, jeśli nie zawiera umowy przewozu z przewoźnikiem, ale zawiera jakąkolwiek umowę na usługę transportową (np. wynajem samochodu), z której wynika, że ma obowiązek zapewnienia paliwa we własnym zakresie; należy pamiętać, że standardowa usługa transportowa obejmuje całkowite wynagrodzenie za przewiezienie towarów lub osób (nie pozwala wyodrębnić kosztów paliwa i przenosić ich na zamawiającego); można wyobrazić sobie jednak umowę o przewiezienie rzeczy (nie będzie to umowa przewozu), w której jednym ze składowych ceny będzie koszt paliwa (taki przypadek rozważamy indywidualnie).

## **Czy kod PKD, w ramach którego będziemy chcieli promować naszą markę, można dodać po złożeniu wniosku o dofinansowanie?**

Należy wybrać numer kodu Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) działalności, której dotyczy projekt. Kod PKD powinien być podany zgodnie z rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 24 grudnia 2007 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) (Dz.U. Nr 251, poz. 1885, z późn. zm.) oraz powinien zawierać dział, grupę, klasę oraz podklasę np. 12.34.Z Należy wskazać tylko jeden numer PKD określający działalność, której dotyczy projekt. W związku z tym, jeżeli projekt dotyczy kilku działalności określonych odrębnymi numerami kodów PKD należy wskazać numer określający najistotniejszą lub przeważającą dla danego projektu działalność gospodarczą. **Numer kodu PKD**

**działalności, której dotyczy projekt, powinien być na dzień składania wniosku o dofinansowanie ujawniony w dokumencie rejestrowym (odpowiednio w Krajowym Rejestrze Sądowym lub Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej).**

Należy sprawdzić, czy działalność, której dotyczy projekt nie jest wykluczona, zgodnie z § 4 rozporządzenia Ministra Infrastruktury i Rozwoju z dnia 10 lipca 2015 roku w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 Dz. U. z 2018 r. poz. 871 z późn. zm.), nr referencyjny SA 42799(2015/IX), zwanym „rozporządzeniem”. Rodzaje działalności wykluczonych z możliwości uzyskania pomocy finansowej zostały określone w:

- 4 ust. 3 rozporządzenia;
- 1 rozporządzenia Komisji (UE) nr 651/2014 z dnia 17 czerwca 2014 r. uznającego niektóre rodzaje pomocy za zgodne z rynkiem wewnętrznym w zastosowaniu art. 107 i 108 Traktatu;
- 3 ust. 3 rozporządzenia PE i Rady (UE) nr 1301/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. w sprawie EFRR i przepisów szczególnych dotyczących celu "Inwestycje na rzecz wzrostu i zatrudnienia" oraz w sprawie uchylenia rozporządzenia (WE) nr 1080/2006);
- 1 rozporządzenia Komisji (UE) nr 1407/2013 z dnia 18 grudnia 2013 r. w sprawie stosowania art. 107 i 108 Traktatu o funkcjonowaniu UE do pomocy *de minimis* - w przypadku gdy w projekcie przewidziane zostały koszty związane z uzyskaniem pomocy *de minimis*.

Projekt może zostać dofinansowany jedynie w przypadku, gdy nie dotyczy działalności wykluczonej.

## **Jak należy udokumentować wskaźniki?**

Załącznik nr 7 do *Regulaminu konkursu nr 5/2019, Materiał informacyjny: kwoty ryczałtowe - jako uproszczona metoda rozliczania wydatków w poddziałaniu 3.3.3. Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych - Go to Brand Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020*, wskazuje, jak należy udokumentować Instytucji Pośredniczącej, wykonanie danego zadanie, wskaźniki.

1. Dla kwoty ryczałtowej na zadanie dot. kosztów udziału wnioskodawcy w charakterze wystawcy w targach należy przypisać wskaźnik: Liczba targów w roli wystawcy (szt.). Weryfikacja wskaźnika zostanie dokonana w oparciu o dokumenty potwierdzające udział wnioskodawcy w targach w charakterze wystawcy w postaci wpisu do oficjalnego katalogu targowego lub innego dokumentu otrzymanego od organizatora targów oraz każdorazowo dokumentacji fotograficznej, która udokumentuje udział w targach jak również nabycia lub wytworzenia oraz do instalacji na stoisku wystawienniczym trwałego i widocznego elementu dekoracyjnego uwzględniającego założenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki.
2. Dla kwoty ryczałtowej na zadanie dot. kosztów organizacji wyjazdowej misji gospodarczej należy przypisać wskaźnik: Liczba misji wyjazdowych (szt.). Weryfikacja wskaźnika zostanie dokonana w oparciu o dokumenty potwierdzające udział wnioskodawcy w wyjazdowych misjach gospodarczych w postaci dokumentacji fotograficznej, biletów wstępu na targi (jeśli wnioskodawca był zwiedzającym), kopii raportu z przebiegu misji.
3. Dla kwoty ryczałtowej na zadanie dot. kosztów organizacji przyjazdowej misji gospodarczej należy przypisać wskaźnik: Liczba misji przyjazdowych (szt.). Weryfikacja wskaźnika zostanie dokonana w oparciu o dokumenty potwierdzające organizację przyjazdowych misji gospodarczych, kopii raportu z przebiegu misji oraz dokumentacji fotograficznej.
4. Dla kwoty ryczałtowej na zadania dot. kosztów działań promocyjnych należy przypisać odpowiedni wskaźnik:

1) Liczba materiałów informacyjno-promocyjnych (szt.), jeśli kwota ryczałtowa obejmuje tylko koszty nabycia lub wytworzenia oraz dystrybucji obcojęzycznych lub dwujęzycznych materiałów informacyjno-promocyjnych takich jak gadżety reklamowe, materiały drukowane np. foldery, ulotki, wizytówki; 2) Liczba spotów i filmów (szt.), jeśli kwota ryczałtowa obejmuje tylko koszty produkcji i emisji spotów reklamowych i filmów informacyjno-promocyjnych promujących markę przedsiębiorcy; 3) Liczba działań w zagranicznych mediach tradycyjnych (szt.), jeśli kwota

ryczałtowa obejmuje tylko koszty zagranicznej reklamy prasowej, internetowej, reklamy w katalogach targowych i branżowych; 4) Liczba prezentacji i pokazów (szt.), jeśli kwota ryczałtowa obejmuje tylko organizację prezentacji produktów, kolekcji (np. w formie showroomów); 5) Liczba zmian strony internetowej (szt.), jeśli kwota ryczałtowa obejmuje tylko koszty przygotowania obcojęzycznej strony internetowej lub obcojęzycznego modułu do istniejącej strony internetowej; 6) Liczba działań w mediach elektronicznych (szt.), jeśli kwota ryczałtowa obejmuje tylko przygotowanie i prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych na wyszukiwarkach internetowych i portalach społecznościowych. Weryfikacja wskaźników zostanie dokonana w oparciu o dokumentację fotograficzną wykonanych materiałów informacyjno-promocyjnych i/lub kopii materiałów, co pozwoli potwierdzić, że materiały zostały oznakowane zgodnie z zasadami właściwymi dla poddziałania 3.3.3 POIR, oraz dokumentację potwierdzającą realizację usług w postaci raportu.

5. Wskaźnikiem określonym dla zmierzenia stopnia osiągnięcia celu głównego jakim jest prowadzenie działań promocyjnych na wybranych przez wnioskodawcę rynkach perspektywicznych z określonych w programie promocji jest wskaźnik: Liczba rynków perspektywicznych, na terenie których będą prowadzone działania promocyjne przewidziane w projekcie (szt.). Weryfikacja wskaźnika zostanie dokonana w oparciu o dokumenty potwierdzające zgodność wybranego rynku perspektywicznego z rynkami perspektywicznymi określonymi w wybranym przez przedsiębiorcę programie promocji.

## Czy w ramach pomocy publicznej mogą być kwalifikowane koszty związane z podróżami służbowymi?

Tak. Zgodnie z Regulaminem konkursu, paragrafem 5 do kosztów kwalifikowalnych **w zakresie pomocy publicznej**, o której mowa w § 38 i 39 rozporządzenia zalicza się koszty wynajmu, budowy i obsługi stoiska wystawowego podczas uczestnictwa MŚP w danych targach lub danej wystawie, w tym koszty:

- zakupu gotowych, zindywidualizowanych elementów zabudowy stoiska wystawowego oraz nabycia lub wytworzenia oraz instalacji na stoisku wystawienniczym trwałego i widocznego elementu dekoracyjnego uwzględniającego założenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki<sup>[1]</sup>;
- podróży służbowych pracowników przedsiębiorcy uczestniczącego w targach, w zakresie i według stawek określonych w przepisach w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej poza granicami kraju<sup>[2]</sup>, tj. koszty:
  1. diet,
  2. noclegów,
  3. przejazdów i dojazdów środkami komunikacji miejskiej,
  4. innych niezbędnych wydatków związanych z tymi podróżami takich jak opłaty za: uzyskanie wiz, bagaż, przejazd drogami płatnymi i autostradami, postój w strefie płatnego parkowania, miejsca parkingowe;
- transportu i ubezpieczenia osób i eksponatów w związku z udziałem w targach, tj. koszty:
  1. zakupu usług w zakresie transportu i ubezpieczenia za granicą oraz na terytorium RP pracowników wnioskodawcy oraz eksponatów, inne niż uwzględnione w kategorii kosztów, o której mowa w pkt 2,
  2. odprawy celnej i spedycji,
  3. bagażu i nadbagażu, inne niż uwzględnione w kategorii kosztów, o której mowa w pkt 2.

<sup>[1]</sup> Beneficjenci oraz wnioskodawcy (projekty rekomendowane do wsparcia) poddziałania są zobowiązani do stosowania wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki na stoiskach wystawienniczych. Księga wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki jest dostępna na Portalu Promocji Eksportu, na stronie

internetowej Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii, bądź u Operatora programu promocji. [2] Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 29 stycznia 2013 r. w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej (Dz. U. z 2013 r. poz. 167).

## **Czy możemy uwzględnić udział w targach, które nie są stricte z branży, w której będziemy składać wniosek, ale są o charakterze międzynarodowym i są właściwym miejscem dla pozyskania Klientów z naszej branży?**

Wnioskodawca po spełnieniu, w ramach realizacji działań w swojej branży, warunków wymaganych w konkursie - Przedsiębiorca biorący udział w Konkursie 3.3.3 PO IR Go to brand jest zobowiązany do realizacji w ramach Programu, co najmniej 3 działań promocyjnych z listy wskazanej w pkt. 9 (mogą być 3 jednego rodzaju), w tym co najmniej jednego działania promocyjnego (misji wyjazdowej lub stoiska) na wydarzeniu odbywającym się poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej, na którym przewidziano organizację narodowego stoiska informacyjno-promocyjnego, jak również do realizacji, co najmniej jednego działania promocyjnego na wybranym przez siebie poza unijnym rynku perspektywicznym, z rynków wymienionych w programie branżowym - pozostałe targi wybiera samodzielnie spośród targów o charakterze międzynarodowym. Mogą to być również targi, które nie wpisują się w branżę, do której należy przedsiębiorca lecz takie, na których dany Wnioskodawca odnajdzie potencjalnych kontrahentów. Należy natomiast mieć na uwadze, że wzięcie udziału w targach z innej branży, wymaga odpowiedniego uargumentowania, np. wykazania tego, że w wybranych przez przedsiębiorcę targach z innej branży biorą udział perspektywiczni kontrahenci przedsiębiorcy.

## **Czy można wziąć udział w targach tuż po złożeniu wniosku o dofinansowanie?**

Ponoszenie wydatków kwalifikowalnych w konkursie jest możliwe najwcześniej dzień po złożeniu wniosku o dofinansowanie projektu. W związku z tym targi odbywające się w tuż po złożeniu wniosku są możliwe do uwzględnienia w konkursie. Decydując się na udział w targach, które odbywają się po złożeniu wniosku o dofinansowanie a przed otrzymaniem informacji o przydzieleniu dofinansowania Wnioskodawca podejmuje swego rodzaju ryzyko, gdyż w sytuacji gdyby nie otrzymał on dofinansowania poniesione koszty nie zostaną mu zwrócone. Należy również mieć na uwadze, że konieczne jest spełnienie warunków w konkursie (udział w targach ze stoiskiem narodowym i na rynkach perspektywicznych) oraz fakt, że maksymalna wartość kosztów kwalifikowalnych nie może przekroczyć 1 000 000 złotych - co ma znaczenie w związku z planowaną ilością podejmowanych przez Państwa działań promocyjnych w projekcie.

## **Jeżeli PKD firmy nie wpisuje się w żaden branżowy program promocji, to firma nie może ubiegać się o dotację?**

Branżowy program promocji skierowany jest do przedsiębiorców promujących markę produktową, którzy prowadzą działalność gospodarczą w ramach przynajmniej jednej z wymienionych w nim kategorii działalności. W związku z powyższym zapisem, jeżeli kod PKD nie znajduje się w żadnym programie promocji to nie zostają spełnione warunki formalne właściwe dla konkursu.

## **Czy wystarczy podać adres strony internetowej, na której są widoczne produkty opisane we wniosku, aby było to potwierdzeniem prawa wnioskodawcy do dysponowania marką produktową promowaną w ramach projektu?**



Przy opisie prawa do dysponowania marką produktową należy przedstawić informacje, takie jak: 1) adres strony internetowej wnioskodawcy potwierdzającej posiadanie produktu pod wskazaną marką produktową (jeżeli adres strony internetowej jest inny niż strona internetowa wnioskodawcy wskazana w pkt II wniosku „Wnioskodawca – Informacje ogólne”) lub 2) rodzaj i/lub nazwę oraz datę dokumentu, z którego wynika prawo dysponowania marką produktową – w takim przypadku należy załączyć ten dokument do wniosku.

## **Czy w programach promocji branż, obowiązuje jakaś lista wydarzeń (targów/konferencji itp.), z której należy wybrać odpowiednie dla przedsiębiorstwa wydarzenia, w których planuje się wziąć udział?**

Przedsiębiorca biorący udział w Konkursie 3.3.3 PO IR Go to brand jest zobowiązany do realizacji w ramach Programu, co najmniej 3 działań promocyjnych z listy wskazanej w pkt. 9 (mogą być 3 jednego rodzaju), w tym co najmniej jednego działania promocyjnego (misji wyjazdowej lub stoiska) na wydarzeniu odbywającym się poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej, na którym przewidziano organizację narodowego stoiska informacyjno-promocyjnego, jak również do realizacji, co najmniej jednego działania promocyjnego na wybranym przez siebie poza unijnym rynku perspektywicznym, z rynków wymienionym w programie branżowym. Dodatkowe działania promocyjne związane z internacjonalizacją i ich kierunki są wyborem Wnioskodawcy. Co oznacza, że po spełnieniu tych warunków Wnioskodawca może samodzielnie wybrać targi o charakterze międzynarodowym lub realizować misję wyjazdową w wybranym przez siebie kraju. Dodatkowe wybrane targi lub misje gospodarcze muszą być właściwe dla promocji produktu lub grupy produktów z marki produktowej, będącej przedmiotem realizacji projektu. Należy jednak pamiętać, że maksymalna kwota kosztów kwalifikowalnych projektu realizowanego w ramach branżowego programu promocji wynosi 1 000 000,00 zł.

## **Jaka ilość osób może brać udział w targach lub misjach gospodarczych?**

Kalkulacja kwoty ryczałtowej dla zadań dotyczących udziału w targach i misjach gospodarczych w części obejmującej podróże służbowe pracowników wnioskodawcy, nie może przekroczyć trzech (3) osób.

## **Czy koszty delegacji krajowych są kwalifikowalne?**

Koszty delegacji krajowych nie podlegają dofinansowaniu w ramach poddziałania 3.3.3 PO IR.

## **Czy uczestnikami programu mogą być polskie firmy, promujące swoją markę, ale produkujące poza granicą Polski?**

Outsourcing produkcyjny (w tym również poza granicami Polski) nie jest zabroniony w Konkursie 3.3.3 PO IR Go to brand. W ramach kryterium pod nazwą "Projekt dotyczy marki produktowej wnioskodawcy i spełnia warunki określone w wybranym programie promocji" ocenie podlegać będzie, czy projekt dotyczy promowania marki produktowej przedsiębiorcy posiadającego produkt (wyrób lub usługę) przy wykorzystaniu założeń wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki. Projekt musi dotyczyć marki produktowej należącej do wnioskodawcy, która będzie promowana w ramach projektu. Przedmiotem projektu może być konkretny produkt lub grupa produktów, jeśli należą do tego samego rodzaju.

## **Czy będzie załącznik dodatkowy "Szczegółowy budżet projektu" w formie arkusza Excel?**

Dokumentacja do tegorocznego naboru została zmieniona. Zmodyfikowany został również Generator wniosków, w którym Wnioskodawca składa wniosek. W związku z tym, *Instrukcja wypełniania wniosku* nie przewiduje dodawania załącznika "Szczegółowy budżet projektu".

## **Czy obowiązkowa jest rejestracja Wnioskodawcy na Portalu Promocji Eksportu?**

Rejestracja Wnioskodawcy na Portalu Promocji Eksportu nie jest konieczna.

## **Ile można złożyć wniosków o dofinansowanie?**

Wnioskodawca może złożyć więcej niż jeden wniosek o dofinansowanie w konkursie jeżeli spełnione są łącznie poniższe warunki:

- każdy wniosek o dofinansowanie projektu dotyczy innej marki produktowej;
- wnioski o dofinansowanie obejmują uczestnictwo w różnych branżowych programach promocji;
- w danym konkursie wnioskodawca złożył nie więcej niż trzy wnioski o dofinansowanie projektu.

Wnioskodawca może złożyć w ramach konkursu nie więcej niż trzy wnioski o dofinansowanie pod warunkiem spełnienia zasad określonych powyżej. Zasada ta nie obowiązuje, jeżeli wnioskodawca wycofał wniosek o dofinansowanie zgodnie z ust. 9. W przypadku złożenia większej liczby wniosków o dofinansowanie projektu, PARP wzywa wnioskodawcę do wycofania wniosków wykraczających poza liczbę trzech. Wnioskodawca powinien wycofać wnioski o dofinansowanie w terminie 7 dni od dnia następującego po dniu wysłania przez PARP informacji o wezwaniu. W przypadku braku wycofania takich wniosków o dofinansowanie, ocenie będą podlegały trzy pierwsze złożone wnioski o dofinansowanie. Pozostałe wnioski o dofinansowanie zostaną pozostawione bez rozpatrzenia i, w konsekwencji, nie zostaną dopuszczone do oceny spełnienia kryteriów wyboru projektów.

## **Jaki jest ostateczny termin realizacji projektu?**

Dokumentacja konkursowa zakłada, że okres realizacji projektu w ramach działania 3.3.3 Go to Brand, nie może wykraczać poza datę 31 grudnia 2020 rok.

## **Jak powinien wyglądać panel Marki Polskiej Gospodarki?**

Wszelkie informacje na ten temat umieszczone są na stronie <http://trade.gov.pl>.

## **Czy przy szacowaniu wartości, możliwe jest korzystanie z wyszukiwarek typu Booking?**

Jest to dopuszczalne, jednak należy pamiętać, że informacje pochodzące z jednej wyszukiwarki internetowej, nie będą wystarczające.

## **Kiedy sprawdzane jest wykorzystanie pomocy de minimis?**

**Limit pomocy de minimis weryfikowany na etapie zawierania umowy Pomoc de minimis** może być udzielona Wnioskodawcy pod warunkiem, że: ~łącznie z inną pomocą de minimis lub pomocą de minimis w rolnictwie i rybołówstwie, otrzymaną w danym roku podatkowym oraz w ciągu dwóch poprzedzających lat podatkowych z różnych źródeł i w różnych formach, nie przekroczy kwoty 200 000 euro dla jednego przedsiębiorcy ~w przypadku przedsiębiorcy prowadzącego działalność w sektorze drogowego transportu towarów, nie przekroczy kwoty 100 000 euro dla jednego przedsiębiorcy ~oraz spełnione są inne warunki określone w kryterium „Kwalifikowalność

wnioskodawcy w ramach poddziałania” **Do celów ustalenia dopuszczalnego pułapu pomocy de minimis przez jednego przedsiębiorcę rozumie się jedno przedsiębiorstwo, o którym mowa w art. 2 ust. 2 rozporządzenia KE nr 1407/2013.** Na etapie zawierania umowy Wnioskodawca jest zobowiązany złożyć oświadczenie o otrzymanej wielkości pomocy de minimis, które jest weryfikowane w systemie System Harmonogramowania Rejestracji i Monitorowania Pomocy (SHRIMP) prowadzonym przez UOKiK.

## Co to jest wkład własny beneficjenta?

To środki finansowe wnoszone przez Beneficjenta, które zostaną przeznaczone na pokrycie wydatków kwalifikowalnych i które nie zostaną Beneficjentowi przekazane w formie dofinansowania (różnica między kwotą wydatków kwalifikowalnych a kwotą dofinansowania przekazaną Beneficjentowi); wkład własny Beneficjenta nie może pochodzić ze środków publicznych, w tym dotacji/subwencji z budżetu państwa i budżetu jednostek samorządu terytorialnego.

## Co to jest generator wniosków i gdzie go znaleźć?

**Generator Wniosków (GW)** - narzędzie informatyczne udostępnione za pośrednictwem [strony internetowej PARP](#) umożliwiające wnioskodawcy utworzenie indywidualnego konta w systemie informatycznym PARP oraz złożenie wniosku o dofinansowanie w konkursie przeprowadzanym w ramach działania.

## Kim jest beneficjent?

To podmiot, o którym mowa w art.2 pkt 10 rozporządzenia ogólnego, które znajduje się pod [linkiem](#). Oznacza podmiot publiczny lub prywatny oraz - wyłącznie do celów rozporządzenia w sprawie EFRROW i rozporządzenia w sprawie EFMR - osobę fizyczną, odpowiedzialnych za inicjowanie lub inicjowanie i wdrażanie operacji; w kontekście programów pomocy państwa, w rozumieniu pkt 13 niniejszego artykułu, „beneficjent” oznacza podmiot, który otrzymuje pomoc; w kontekście instrumentów finansowych na mocy części drugiej tytułu IV niniejszego rozporządzenia „beneficjent” oznacza podmiot, który wdraża instrument finansowy albo, w stosownych przypadkach, fundusz funduszy oraz podmiot, o którym mowa w art.63 [rozporządzenia ogólnego](#);

## Na jakich obszarach wsparcia koncentruje się PARP w kontekście programu Inteligentny Rozwój (POIR)?

PARP wspiera mikro-, małych i średnich przedsiębiorców konkretnymi działaniami, które dynamizują ich rozwój, podnoszą potencjał innowacyjności i konkurencyjności, umożliwiają podjęcie współpracy z jednostkami naukowymi i instytucjami otoczenia biznesu. Koncentrujemy się na pięciu obszarach wsparcia:

- inwestycje w innowacje
- dizajn
- rynek start-upowy
- usługi dla przedsiębiorstw
- internacjonalizacja

## W jaki sposób PARP uczestniczy w programie Inteligentny Rozwój (POIR)?

PARP uczestniczy w programie Inteligentny Rozwój jako Instytucja Pośrednicząca odpowiedzialna za realizację wybranych instrumentów w ramach osi priorytetowych: II (Wsparcie otoczenia i potencjału przedsiębiorstw do prowadzenia działalności B+R+I) i III (Wsparcie innowacji w przedsiębiorstwach).

## **Czym jest Program Operacyjny Inteligentny Rozwój (POIR)?**

Program Operacyjny Inteligentny Rozwój (POIR) został stworzony z myślą o wszystkich, którzy chcą rozwijać się inteligentnie i dynamicznie, przekraczać granice wyobraźni i geograficzne, budować nowoczesną gospodarkę i burzyć ograniczenia. POIR jest programem kompleksowym – wspiera innowacyjną przedsiębiorczość na wszystkich etapach: od idei, poprzez badania i rozwój, aż do wprowadzenia innowacji na rynek. Dzięki temu wywiera realny pozytywny wpływ na naszą gospodarkę, życie, codzienność. POIR powiązany jest z Krajowymi Inteligentnymi Specjalizacjami. To wybrane, najbardziej perspektywiczne i posiadające największy potencjał innowacyjności oraz konkurencyjności branże polskiej gospodarki. Projekty i działania, które chcesz sfinansować w ramach Inteligentnego Rozwoju, powinny wpisywać się w system Krajowych Inteligentnych Specjalizacji.

## **Czy jest ograniczenie, co do ilości dni kwalifikowanych, możliwych do dofinansowania w ramach jednej imprezy targowej?**

Nie zostały określone limity co do długości pobytu w związku z udziałem w targach. Ocena kosztów z tym związanych jest dokonywana w oparciu o przedstawione we wniosku o dofinansowanie projektu uzasadnienie.

## **Czy Wnioskodawca powinien uwzględnić we wniosku koszty związane z organizacją narodowych stoisk informacyjnych?**

Zgodnie z zapisami Programu Promocji Branżowych, narodowe stoiska informacyjne będą organizowane w ramach działań promocyjnych, ogólnie promujących całą branżę. Stoisko narodowe będzie zatem finansowane w ramach poddziałania 3.3.2 POIR, a nie ze środków poddziałania 3.3.3 POIR. Ponadto stoisko będzie także organizowane i obsługiwane przez operatora programu branżowego, a nie przez Beneficjenta poddziałania 3.3.3 POIR.

## **Od kiedy można rozpocząć realizację projektu?**

Rozpoczęcie realizacji projektu może nastąpić najwcześniej po dniu złożenia wniosku. W przypadku rozpoczęcia przez Wnioskodawcę realizacji projektu z naruszeniem powyższej zasady, wszystkie wydatki w ramach projektu stają się niekwalifikowalne. Wyjątek stanowi koszt rezerwacji miejsca wystawowego na targach, opłaty rejestracyjnej za udział w targach oraz wpisu do katalogu targowego. Koszty te mogą być kwalifikowalne, pod warunkiem, że zostały poniesione nie wcześniej niż 12 miesięcy przed dniem złożenia wniosku o dofinansowanie. Za rozpoczęcie realizacji projektu uznaje się dzień zaciągnięcia pierwszego prawnie wiążącego zobowiązania do zamówienia usług związanych z realizacją projektu, z wyłączeniem działań i wydatków związanych z rezerwacją miejsca wystawowego na targach, opłatą rejestracyjną za udział w targach oraz wpisem do katalogu targowego. Działania przygotowawczych, w szczególności usług doradczych związanych z przygotowaniem projektu, w tym analiz przygotowawczych (technicznych, finansowych, ekonomicznych), nie uznaje się za rozpoczęcie realizacji projektu. Z uwagi na fakt, że projekt nie może zostać rozpoczęty przed dniem ani w dniu złożenia wniosku o dofinansowanie, nie należy zawierać żadnych umów z wykonawcami, poza wyjątkiem wskazanym powyżej. Zrealizowanie pełnego zakresu rzeczowego i finansowego projektu wraz ze złożeniem wniosku o płatność końcową musi nastąpić najpóźniej do dnia 31 grudnia 2020 r.

## **Czy można w ramach poddziałania promować więcej niż jeden produkt?**

Przedmiotem projektu może być konkretny produkt lub grupa produktów, jeśli należą do tego

samego rodzaju.

## **Czy można zgłosić się w innej branży niż te wymienione w konkursie?**

Nie można zgłosić się w innej branży.