



Fundusze Europejskie

Działanie FENG.02.25

Promocja marki innowacyjnych MŚP



Fundusze Europejskie
dla Nowoczesnej Gospodarki



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



PARP
Grupa PFR

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

Cel działania:

- promowanie marek produktowych polskich MŚP poprzez Markę Polskiej Gospodarki, posiadających znaczący potencjał eksportowy na rynkach międzynarodowych;
- umiędzynarodowienie działalności przedsiębiorstw w celu zwiększenia ich dostępu do tradycyjnych oraz perspektywicznych rynków, ukierunkowanych na sektory gospodarki o najwyższym potencjale, w tym realizację strategii ekspansji zagranicznej oraz dopasowania produktów i usług do konkretnych rynków docelowych, segmentów klientów i kanałów sprzedaży;
- wsparcie przedsiębiorców posiadających znaczący potencjał eksportowy na rynkach międzynarodowych, przewidujące udział w wydarzeniach targowych wskazanych na liście wydarzeń targowych, na których będą realizowane stoiska narodowe dla sektora, w który wpisuje się projekt oraz wyjazdowych misjach gospodarczych.

15.11.2023

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

■ **Alokacja:** 100 mln euro

Nabór w 2023 r.:

■ **Alokacja naboru:** 155 mln zł (35 mln euro)

■ **Ogłoszenie naboru:** 14 września 2023 r.

■ **Rozpoczęcie naboru wniosków:** 16 października 2023 r.

■ **Zakończenie naboru wniosków:** 30 listopada 2023 r.

W latach 2024-2026 co najmniej jeden nabór wniosków w ramach działania w roku.

Dodatkowo, nabór wniosków w związku ze Światową Wystawą EXPO w Japonii w 2025 roku.

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

Warunki dostępu

- **Grupa odbiorców wsparcia:** przedsiębiorstwa (MŚP) prowadzące działalność gospodarczą na terytorium RP (Ocena spełnienia kryteriów w zakresie informacji ujawnionych w rejestrach publicznych prowadzona będzie w oparciu o stan aktualny na dzień złożenia wniosku o dofinansowanie).
- **Marka produktowa oraz produkt/usługa:** muszą istnieć - produkt musi być produkowany/usługa świadczona
- **Przychodów netto ze sprzedaży towarów i usług** na eksport za **dwa kolejne** lata obrotowe w okresie poprzedzającym rok złożenia wniosku o dofinansowanie.
- **Przychody ze sprzedaży towarów i usług na eksport w ostatnim zamkniętym** roku obrotowym wynoszą **co najmniej 30%** przychodów netto ze sprzedaży towarów i usług.

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

Warunki dostępu

- Wykazanie nakładów na działalność **B+R** lub wdrożenie **innowacji produktowych lub w procesach biznesowych** w ciągu ostatnich 3 lat obrotowych przed złożeniem wniosku o dofinansowanie, co znajduje potwierdzenie w złożonym do GUS stosownym sprawozdaniu o działalności B+R lub innowacjach
- **Działania obowiązkowe:**
 - udział w co najmniej jednym wydarzeniu targowym w charakterze wystawcy podczas imprezy ze stoiskiem narodowym z listy opracowanej przez Ministerstwo Rozwoju i Technologii (zamknięta lista wydarzeń),
 - wizualizacja Marki Polskiej Gospodarki wg nowego logotypu

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

■ Projekt może uzyskać wsparcie tylko wtedy, gdy:

- dotyczy jednego z sektorów gospodarki wskazanych w ogłoszeniu o naborze;
- wpisuje się w tematykę/branżę/sektor wydarzeń targowych kluczowych dla rozwoju sektora gospodarki wskazanego we wniosku o dofinansowanie;
- obejmuje udział w charakterze wystawcy w co najmniej jednym (1) targach właściwych dla sektora gospodarki, w który wpisuje się projekt, na których zostanie zrealizowane stoisko narodowe.

Lista wydarzeń targowych, na których będą realizowane stoiska narodowe, została opracowana dla **15 sektorów gospodarki w ramach działania FENG.02.26 Umiedzynarodowienie MŚP - Brand HUB**. Wnioskodawca jest zobowiązany do wyboru wydarzenia targowego z listy opublikowanej dla danego naboru (lista stanowi załącznik nr 8 do Regulaminu wyboru projektów).

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

15.11.2023

Projekt Brand HUB (MRiT): sektory i partnerzy

Sektor	Partner
Medyczny i farmaceutyczny, Budowy i wykańczania budowli, Elektroniki profesjonalnej, mikroelektroniki i fotoniki, Zielonych technologii (w tym OZE, GOZ), IT/ICT, Przemysłu kreatywnego	PARP (6 programów)
Kosmetyczny, Maszyn i urządzeń, Meblarski, Motoryzacyjny, Pojazdów szynowych, Statków specjalistycznych, jachtów i łodzi, Wysokich technologii w obszarze bezpieczeństwa i towarów podwójnego zastosowania	PAIH (7 programów)
Lotniczo-kosmiczny	POLSA
Spożywczy	KOWR

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

15.11.2023

Lista wydarzeń targowych

Załącznik nr 8 do Regulaminu wyboru projektów

Lista wydarzeń targowych dla 15 sektorów w ramach projektu Brand HUB, na których będą realizowane stoiska narodowe

Lp.	Sektor	Partner	Wydarzenie targowe
1.	Sektor medyczny i farmaceutyczny	PARP	1. MEDICA, Düsseldorf (Niemcy) 2024 2. MEDTEC JAPAN, Tokio (Japonia) 2025 3. MEDICA, Düsseldorf (Niemcy) 2025 4. Arab Health, Dubaj (ZEA) 2026 5. MEDICA, Düsseldorf (Niemcy) 2026 6. Africa Health, Johannesburg (RPA) 2027 7. MEDICA, Düsseldorf (Niemcy) 2027 8. Arab Health, Dubaj (ZEA) 2028 9. Arab Health, Dubaj (ZEA) 2029
2.	Sektor budowy i wykańczania budowli	PARP	1. Nordbygg, Sztokholm (Szwecja) 2024 2. Big 5 Global, Dubaj (ZEA) 2024 3. Japan Build, Osaka (Japonia) 2025 4. IBS, Orlando (USA) 2026 5. Batimat, Paryż (Francja) 2026 6. Big 5 Global, Dubaj (ZEA) 2027 7. Nordbygg, Sztokholm (Szwecja) 2028 8. Batimat, Paryż (Francja) 2028 9. The Big 5 Construct Egypt, Kair (Egipt) 2029

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

15.11.2023

Możliwość złożenia więcej niż jednego wniosku – wnioskodawca może wskazać we wniosku o dofinansowanie tylko jeden sektor gospodarki z listy wskazanej w ogłoszeniu o naborze

(1 wniosek= 1 sektor gospodarki = marka produktowa = wiele produktów)

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

■ Działania promocyjne

Działania promocyjne, których koszty mogą być finansowane w ramach projektu to:

- udział wnioskodawcy w charakterze wystawcy w targach ze stoiskiem narodowym (targi tylko z listy MRiT);
- wyjazdowe misje gospodarcze w celu odbycia spotkań z potencjalnymi kontrahentami, połączone z udziałem wnioskodawcy w targach w charakterze zwiedzającego lub konferencjach branżowych w czasie trwania misji;

Nie dopuszcza się misji wyjazdowej bez udziału w wydarzeniu targowym lub konferencji branżowej, polegającej wyłącznie na organizacji spotkań.

- kampanie promocyjne.

Niezależnie od rodzaju działania promocyjnego i zakresu rzeczowego zadania dofinansowanie wynosi maksymalnie **50% kosztów kwalifikowalnych.**

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

Rodzaj pomocy i sposób rozliczania projektu

Zadanie	Liczba zadań w projekcie	Rodzaj pomocy	Metoda rozliczania
Udział w targach w charakterze wystawcy podczas imprezy ze stoiskiem narodowym z listy opracowanej przez Ministerstwo Rozwoju i Technologii, w tym wizualizacja Marki Polskiej Gospodarki	Wymagana – 1	Pomoc publiczna GBER	Koszty rzeczywiste
		Pomoc de minimis	Koszty pośrednie wg stawki 7%
		Pomoc de minimis	Stawka jednostkowa na wyjazdy służbowe
Misja wyjazdowa połączona z udziałem w targach jako zwiedzający	Wymagana – 0	Pomoc de minimis	Stawka jednostkowa na wyjazdy służbowe
		Pomoc de minimis	Koszty pośrednie wg stawki 7%
Kampanie promocyjne	Wymagana – 0	Pomoc de minimis	Koszty rzeczywiste

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

15.11.2023

■ Wydatki kwalifikowalne:

- koszty wynajmu, budowy i obsługi stoiska wystawowego podczas uczestnictwa przedsiębiorstwa w danych targach lub danej wystawie w ramach pomocy na udział MŚP w targach;
- koszty podróży służbowych pracowników uczestniczących w targach lub misjach gospodarczych poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej;
- koszty przygotowania i przeprowadzenia kampanii promocyjnej w związku z udziałem w targach i organizacją wyjazdowych misji gospodarczych;
- koszty pośrednie (7% kwalifikowalnych bezpośrednich kosztów projektu).

Podatek VAT może stanowić wydatek kwalifikowalny w ramach projektu.

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

- Wnioskodawca musi przedstawić we wniosku o dofinansowanie informacje w zakresie:
 - dla wydatków rozliczanych na podstawie faktycznie poniesionych kosztów - **sposobu kalkulacji poszczególnych wydatków** w odniesieniu do każdego rodzaju wydatku oraz wskazania **źródeł danych**, na podstawie których określono koszty poszczególnych wydatków, **opisu i uzasadnienia wysokości kosztów** ,
 - dla wydatków ponoszonych na podstawie stawek jednostkowych - **ilość stawek jednostkowych** z uwzględnieniem kierunków planowanych podróży służbowych i **liczby pracowników**, którzy wezmą udział w poszczególnych wyjazdach.
- Rzetelne i kompletne szacowanie poszczególnych wydatków polega na wskazaniu danych z **3 (trzech) ofert** z zastrzeżeniem wydatków, dla których na rynku istnieje np. tylko 1 oferent (jak w przypadku wynajmu stoiska bezpośrednio od organizatora targów).

■ Stoisko wystawowe podczas targów dedykowanych dla wybranego sektora gospodarki

Koszty wynajmu, budowy i obsługi stoiska wystawowego podczas uczestnictwa MŚP w danych targach lub danej wystawie obejmują koszty:

- wynajmu stoiska (powierzchni wystawienniczej);
- zaprojektowania i wykonania zabudowy lub zakupu gotowych, zindywidualizowanych elementów zabudowy lub wynajmu zabudowy stoiska;
- nabycia oraz instalacji na stoisku wystawienniczym trwałego i widocznego elementu dekoracyjnego uwzględniającego założenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki;
- transport i ubezpieczenie zabudowy lub jej elementów;
- wynajmu sprzętu niezbędnego do prezentacji oferty na stoisku;
- obsługi stoiska, w tym usługi tłumaczenia w celu prezentacji oferty, koszty mediów oraz koszty utylizacji odpadów związanych z utylizacją stoiska wystawowego.

■ Stoisko wystawowe podczas targów – c.d.

UWAGA!

Niezależnie od wyjątków dotyczących możliwości ponoszenia niektórych kosztów w ramach pomocy de minimis przed dniem złożenia wniosku o dofinansowanie, wszelkie wydarzenia targowe, których dotyczą koszty kwalifikowalne **nie mogą rozpocząć się przed dniem złożenia wniosku o dofinansowanie, w dniu złożenia wniosku o dofinansowanie ani zakończyć się po dniu zakończenia realizacji projektu.**

Nie ma możliwości ubiegania się o dofinansowanie kosztów stoiska wystawowego w ramach pomocy de minimis.

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

- **Koszty podróży służbowych pracowników** uczestniczących w targach lub misjach gospodarczych poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej rozliczane są na podstawie następujących **stawek jednostkowych**:

Obszar	Stawki jednostkowe na osobę
Europa	4 591,00 zł
USA	9 331,00 zł
Świat	7 274,00 zł

- Stawka jednostkowa jest wyliczona dla 1 osoby i dotyczy podróży służbowej pracownika związanej z jego udziałem w imprezie targowo – wystawienniczej lub misji gospodarczej niezależnie od czasu trwania podróży służbowej.

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

- **Koszty podróży służbowych pracowników** – kwalifikowane w ramach targów w roli wystawcy oraz w ramach misji wyjazdowych
- Do wyliczenia kosztów kwalifikowanych w ramach stawki jednostkowej niezbędne jest wskazanie:
 - 1) liczby pracowników odbywających podróż służbową;
 - 2) kraju docelowego podróży służbowej.
- Maksymalna liczba pracowników uczestniczących w misjach wyjazdowych wynosi **3 osoby**.
- Ilość osób biorących udział w targach w roli wystawcy – bez limitu

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

■ Wyjazdowe misje gospodarcze

W ramach projektu wnioskodawca **może** zaplanować wyjazdową misję gospodarczą w celu odbycia spotkań z potencjalnymi kontrahentami, **połączoną z udziałem w:**

- targach właściwych dla sektora gospodarki, w który wpisuje się projekt, na których zostanie zrealizowane stoisko narodowe lub
- innych targach lub konferencjach branżowych, w które wpisuje się projekt.

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

■ Wyjazdowe misje gospodarcze

Program misji powinien obejmować organizację co najmniej **trzech spotkań** biznesowych z udziałem potencjalnych kontrahentów, przedstawicieli organizacji międzynarodowych lub pozarządowych na każdym z odwiedzanych rynków.

Po zakończeniu misji wyjazdowej przedsiębiorca jest zobowiązany przygotować i przedstawić **raport** z jej przebiegu oraz stosowne bilety wstępu (na targi lub konferencję)

■ **Koszty kampanii promocyjnych** związanych z udziałem w wydarzeniach targowych (jako wystawca lub w związku z wyjazdową misją gospodarczą) – do **25% sumy kosztów kwalifikowalnych** (bez kosztów pośrednich)

Kwalifikowalne są koszty:

- produkcji i emisji spotów reklamowych i filmów informacyjno-promocyjnych promujących markę/ofertę/produkt przedsiębiorcy będący przedmiotem projektu;
- opracowanie elektronicznych katalogów lub broszur informacyjnych;
- reklamy w mediach targowych;
- kosztów zagranicznej reklamy elektronicznej (w tym dystrybucja katalogów i broszur) w branżowych kanałach informacyjnych;
- przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych na wyszukiwarkach internetowych i portalach społecznościowych (włącznie z prowadzeniem analogicznych działań w kanale mobilnym)

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

■ Koszty kampanii promocyjnych (pomoce de minimis)

Nie podlegają dofinansowaniu koszty wytworzenia materiałów promocyjnych tj.:

- katalogi, ulotki lub broszury informacyjne w wersji papierowej,
- gadżety reklamowe.

➤ W uzasadnionych przypadkach związanych z udziałem targach i wyjazdowych misjach gospodarczych, ww. koszty mogą być ponoszone **w okresie do 12 miesięcy przed złożeniem wniosku o dofinansowanie**, jednak każdorazowo (w stosunku do każdego z takich kosztów) Wnioskodawca będzie zobowiązany uzasadnić taką konieczność. Koszty poniesione przed złożeniem wniosku o dofinansowanie bez istotnej przyczyny, związanej z możliwością uczestnictwa w danej imprezie, skutecznością procesu promocji albo racjonalnością kosztową, zostaną uznane za niekwalifikowalne.

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

■ **Koszty pośrednie** rozliczane są metodą ryczałtową i stanowią **7% kwalifikowalnych bezpośrednich kosztów projektu**.

- W ramach kosztów pośrednich możliwe jest finansowanie kosztów takich jak:
- opłata rejestracyjna dotycząca udziału w targach;
 - rezerwacja miejsca wystawowego na targach;
 - wpis do katalogu targowego;
 - transport i ubezpieczenie eksponatów;
 - biletów wstępu na wydarzenia targowe oraz wydarzenia towarzyszące targom;
 - organizacja pokazów, prezentacji i degustacji.

Koszty pośrednie traktowane są jako **wydatki poniesione**. Nie ma obowiązku gromadzenia ani opisywania dokumentów księgowych, aby potwierdzić, że poniesione zostały wydatki na koszty pośrednie.

Kryteria wyboru projektów

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

1. Kwalifikowalność Wnioskodawcy
2. Kwalifikowalność Projektu
3. Przedmiot Projektu – produkt i marka produktowa Wnioskodawcy
4. Potencjał produktu i doświadczenie Wnioskodawcy w działalności eksportowej
5. Budżet projektu
6. Wskaźniki projektu
7. Projekt spełnia horyzontalne zasady równości szans i niedyskryminacji
8. Projekt jest zgodny z Kartą Praw Podstawowych
9. Projekt jest zgodny z Konwencją o Prawach Osób Niepełnosprawnych
10. Projekt spełnia zasadę zrównoważonego rozwoju
11. Zgodność z Krajową Inteligentną Specjalizacją
12. Innowacyjność Wnioskodawcy
13. Aktywność Wnioskodawcy na rynku międzynarodowym
14. Wnioskodawca posiada znaczący potencjał eksportowy na rynkach międzynarodowych

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

Kryteria obligatoryjne od nr 1 do nr 12 – ocena TAK/NIE

Wymagana ocena **TAK** w każdym aspekcie wskazanym w opisie kryterium.

Kryteria rankingujące (fakultatywne) nr 13 i nr 14.

Maksymalna liczba punktów możliwa do uzyskania w ramach oceny w kryteriach rankingujących nr 13 i nr 14 wynosi **7 pkt.**

Minimalna liczba punktów w kryteriach nr 13 i nr 14 wynosi **0 pkt.**

Uzyskane w kryteriach nr 13-14 punkty wyznaczają miejsce wniosku o dofinansowanie projektu na liście zawierającej informacje o projektach wybranych do dofinansowania i mogą mieć znaczenie w sytuacji wyczerpania kwoty przeznaczonej na dofinansowanie projektów w naborze, w którym zostanie złożony wniosek o dofinansowanie.

Kryterium nr 1

Kwalifikowalność Wnioskodawcy

Ocenie podlega, czy:

1. Wnioskodawca prowadzi działalność na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej potwierdzoną wpisem do odpowiedniego rejestru lub ewidencji.
2. Wnioskodawca nie został wykluczony z naboru na podstawie Ustawy o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego z dnia 13 kwietnia 2022 r.

Kryterium nr 2

Kwalifikowalność Projektu

Ocenie podlega, czy:

- 1.** Projekt wpisuje się w przedsięwzięcia objęte sektorami gospodarki wskazanymi w ogłoszeniu o naborze.
- 2.** Wnioskodawca zaplanował udział w co najmniej jednym wydarzeniu targowym w charakterze wystawcy podczas wydarzenia określonego w kalendarzu imprez targowych wskazanych w Regulaminie wyboru projektów, w który wpisuje się projekt.
- 3.** Projekt nie dotyczy rodzajów działalności wykluczonych z możliwości uzyskania wsparcia.

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

Wyjaśnienie:

- aby projekt mógł zostać zakwalifikowany do objęcia wsparciem, wnioskodawca musi prowadzić działalność gospodarczą o profilu zgodnym z tematyką targów, w których zamierza wziąć udział w ramach wybranego sektora gospodarki.
- badanie w oparciu o opis projektu i kod PKD produktu będącego przedmiotem projektu.
- Weryfikacja, czy zastosowano adekwatny kod PKD względem produktu będącego przedmiotem projektu.

Kryterium nr 3

Przedmiot Projektu – produkt i marka produktowa Wnioskodawcy

Ocenie podlega, czy:

- 1.** Projekt dotyczy promowania zdefiniowanej marki produktowej. Marka produktowa to nazwa, symbol, wzór, znak graficzny lub ich kombinacja stworzona w celu oznaczenia i odróżnienia produktów lub usług Wnioskodawcy od innych występujących na rynku.
- 2.** Wnioskodawca wykazał prawo dysponowania marką produktową poprzez załączenie do wniosku o dofinansowanie dokumentu potwierdzającego zadeklarowane uprawnienia. Własność marki należy rozumieć jako prawo przedsiębiorstwa do korzystania z marki (definicja w pkt 1).
- 3.** Wnioskodawca pod marką produktową wskazał jako przedmiot projektu określony (zdefiniowany) produkt/ określoną (zdefiniowaną) usługę, lub grupę produktów należących do serii/linii/gamy.

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

■ Wyjaśnienie:

- Wnioskodawca musi **potwierdzić prawo do dysponowania marką produktową** i przedstawić co najmniej następujące informacje:
- 1) rodzaj i/lub nazwę oraz datę dokumentu, z którego wynika prawo dysponowania marką produktową;
 - 2) strony umowy, na podstawie której jest ustalone prawo do używania marki produktowej (jeśli dotyczy);
 - 3) w przypadku prawa ochronnego – czego dotyczy: nazwy produktu, marki produktowej, zastosowanych w produkcie rozwiązań, jeśli czegoś innego – należy wskazać czego;
 - 4) adres strony internetowej wnioskodawcy potwierdzającej posiadanie marki i produktu pod wskazaną nazwą i marką produktową.
- oraz **załączyć dokument/y potwierdzające informacje z pkt 1-4.**

Kryterium nr 4

Potencjał produktu i doświadczenie Wnioskodawcy w działalności eksportowej

Ocenie podlega, czy:

- 1.** Produkt (grupa produktów) lub usługa planowane do promocji pod marką produktową Wnioskodawcy jest produkowany/usługa jest świadczona.
- 2.** Wnioskodawca prowadził działalność eksportową i wykazał przychody netto ze sprzedaży produktów, tj. towarów i usług na eksport za dwa kolejne lata obrotowe w okresie poprzedzającym rok złożenia wniosku o dofinansowanie.

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

■ Wyjaśnienie:

■ Produkt, dla którego została wskazana marka produktowa musi spełniać łącznie następujące warunki:

- 1) produkt musi istnieć– oznacza to zakończenie fazy testów lub badań, w wyniku których został opracowany produkt końcowy promowany w ramach projektu, tzn. wnioskodawca dysponuje gotowym produktem, który będzie przedmiotem promocji;
- 2) produkt musi być faktycznie produkowany – należy przedstawić informację o tym, czy produkt jest wytwarzany sezonowo, czy ciągle;
- 3) wnioskodawca musi posiadać prawo do używania marki, co musi być potwierdzone w dokumentach załączonych do wniosku o dofinansowanie.

■ **„Niegotowy” produkt (będący np. w fazie testów) nie może być głównym produktem projektu, z którym wnioskodawca chce wyjść na rynek docelowy. Może stanowić jedynie uzupełnienie oferty wnioskodawcy w przyszłości.**

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

■ Wyjaśnienie:

- Należy podać informacje określające skalę działalności eksportowej prowadzonej przez wnioskodawcę w okresie ostatnich dwóch zamkniętych lat obrachunkowych poprzedzających rok złożenia wniosku o dofinansowanie, takie jak: **łączna kwota przychodów wnioskodawcy osiągniętych z prowadzenia działalności gospodarczej, łączna kwota przychodów osiągniętych z prowadzenia działalności eksportowej, łączna kwota przychodów z eksportu produktu/ów będących przedmiotem projektu**. Informacje należy podać odrębnie dla każdego roku.
- Na podstawie ww. informacji **automatycznie** wyliczony zostanie dla danego roku **procentowy udział przychodów wnioskodawcy z prowadzenia działalności eksportowej w stosunku do sumy przychodów osiągniętych z prowadzenia działalności gospodarczej**, oraz procent przychodów z eksportu produktu/ów będących przedmiotem projektu w stosunku do osiągniętej kwoty przychodów wnioskodawcy z prowadzenia działalności eksportowej.

Kryterium nr 4

Potencjał produktu i doświadczenie Wnioskodawcy w działalności eksportowej

Ocenie podlega, czy (C.D.):

3. Wnioskodawca w ostatnim zamkniętym roku obrachunkowym uzyskał przychody netto ze sprzedaży produktów na eksport w wysokości co najmniej 30% przychodów netto ze sprzedaży towarów i usług.

W oparciu o wykazane we wniosku o dofinansowanie kwoty przychodów netto ze sprzedaży towarów i usług oraz przychodów netto ze sprzedaży towarów i usług na eksport, zostanie obliczona według poniższego wzoru wartość procentowa:

Wartość procentowa = $(\text{przychody netto ze sprzedaży towarów i usług na eksport} / \text{przychody netto ze sprzedaży towarów i usług}) * 100\%$

Kryterium nr 4

Potencjał produktu i doświadczenie Wnioskodawcy w działalności eksportowej

Ocenie podlega, czy (C.D.):

4. Wnioskodawca przedstawił we wniosku o dofinansowanie opis założeń w zakresie wprowadzenia produktu na wybranych rynkach docelowych oraz zasoby finansowe, techniczne i kadrowe niezbędne do realizacji zaplanowanych działań promocyjnych.
5. Zaplanowane działania przyczynią się do wzmocnienia potencjału eksportowego Wnioskodawcy na wybranych rynkach docelowych.
6. Wnioskodawca uprawdopodobnił, że zakładane wartości docelowe przychodów ze sprzedaży na eksport produktów pod wskazaną we wniosku o dofinansowanie marką produktową przewyższają udział środków publicznych (w tym środków europejskich) w projekcie zgłoszonym do wsparcia.

Kryterium nr 5

Budżet projektu

Ocenie podlega, czy:

1. Wydatki planowane do poniesienia są opisane w sposób pozwalający na ich jednoznaczną identyfikację, a także przyporządkowane do odpowiednich kategorii wydatków kwalifikowalnych
2. Wydatki są uzasadnione i racjonalne w stosunku do zaplanowanych przez wnioskodawcę działań i celów projektu (tzn. są niezbędne i bezpośrednio związane z realizacją działań promocyjnych, wysokość wydatków jest dostosowana do zakresu zaplanowanych działań).
3. Przedstawiona kalkulacja poszczególnych wydatków w odniesieniu do każdego rodzaju wydatku oraz wskazane źródła danych, na podstawie których określono kwoty poszczególnych wydatków, opis i uzasadnienie wysokości kosztów, są rzetelne i prawidłowe

Kryterium nr 5

Budżet projektu

Ocenie podlega, czy (C.D.):

- 4.** Okres realizacji projektu nie wykracza poza końcową datę okresu kwalifikowalności wydatków w ramach FENG.
- 5.** Projekt jest zgodny z obowiązującymi limitami w zakresie wartości i poziomu dofinansowania określonymi w Regulaminie wyboru projektów.
- 6.** Projekt jest wykonalny w zaplanowanym okresie realizacji.
- 7.** Realizacja projektu nie rozpoczęła się przed dniem złożenia wniosku o dofinansowanie lub w dniu złożenia wniosku o dofinansowanie, tj. czy w projekcie występuje tzw. efekt zachęty.

Kryterium nr 6

Wskaźniki projektu

Ocenie podlega, czy:

- 1.** Zakres planowanych do realizacji zadań i wydatków w ramach projektu jest określony za pomocą wskaźników produktu.
- 2.** Wartości docelowe i rok osiągnięcia zaplanowanych wartości docelowych wskaźników produktu są adekwatne do założeń i celu projektu i odzwierciedlają zaplanowany zakres rzeczowy.
- 3.** Wnioskodawca we wniosku o dofinansowanie wykazał wszystkie adekwatne wskaźniki produktu i rezultatu dla planowanego projektu.

Kryterium nr 6

Wskaźniki projektu

Ocenie podlega, czy (C.D.):

4. Wskaźniki produktu i rezultatu są adekwatne dla wnioskowanego wsparcia.
5. Wskaźniki w projekcie są spójne, mierzalne, prawidłowo określone, obiektywnie weryfikowalne oraz realne do osiągnięcia.
6. Wnioskodawca wskazał sposób pomiaru i weryfikacji wskaźników umożliwiający kontrolę ich realizacji. Wskaźniki muszą być tak skonstruowane, aby na podstawie danych we wniosku można było obiektywnie określić ich poziom wyjściowy, a następnie poziom w poszczególnych latach realizacji projektu i poziom docelowy.

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

■ Wskaźniki produktu

- Liczba imprez targowo-wystawienniczych, w których beneficjent brał udział jako wystawca
- Liczba przedsiębiorstw wspartych w zakresie internacjonalizacji działalności
- Liczba wspartych małych przedsiębiorstw
- Liczba wspartych mikroprzedsiębiorstw
- Liczba wspartych średnich przedsiębiorstw
- Przedsiębiorstwa objęte wsparciem w formie dotacji
- Przedsiębiorstwa objęte wsparciem (w tym: mikro, małe, średnie)

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

■ Wskaźniki rezultatu

- Inwestycje prywatne uzupełniające wsparcie publiczne (w tym: dotacje, instrumenty finansowe)
- Liczba kontraktów handlowych zagranicznych podpisanych przez przedsiębiorstwa wsparte w zakresie internacjonalizacji
- Przychody ze sprzedaży poza terytorium RP produktów będących przedmiotem projektu

Kryterium nr 7

Projekt spełnia horyzontalne zasady równości szans i niedyskryminacji

Projekt ma pozytywny wpływ na zasadę równości szans i niedyskryminacji ze względu na płeć, rasę lub pochodzenie etniczne, religię lub światopogląd, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną

Wnioskodawca wykazał we wniosku, że wszystkie produkty projektu będą dostępne dla osób z niepełnosprawnościami zgodnie ze standardami dostępności adekwatnymi do zakresu realizowanego projektu

Projekt jest zgodny z zasadą równości kobiet i mężczyzn lub jest neutralny (w uzasadnionych przypadkach)

Kryterium nr 8

Projekt jest zgodny z Kartą Praw Podstawowych

Projekt jest zgodny z Kartą Praw Podstawowych Unii Europejskiej z dnia 26 października 2012 r. w zakresie odnoszącym się do sposobu realizacji i zakresu projektu (art. 1, 3-8, 10, 15, 20-23, 25-28, 30-33

Karty Praw Podstawowych)

Wnioskodawca powinien przedstawić we wniosku informację w jaki sposób, w zakresie własnych możliwości, zakresu realizacji i oddziaływania projektu, zapewni zgodność projektu z wymienionymi artykułami Karty Praw Podstawowych lub neutralność względem tych artykułów. Jednocześnie Wnioskodawca zapewnia, że jego projekt jest neutralny względem pozostałych artykułów Karty Praw Podstawowych.

Kryterium nr 9

Projekt jest zgodny z Konwencją o Prawach Osób Niepełnosprawnych

Projekt jest zgodny z Konwencją o Prawach Osób Niepełnosprawnych z dnia 13 grudnia 2006 r. w zakresie odnoszącym się do sposobu realizacji i zakresu projektu (art. 2-7, 9 Konwencji o Prawach Osób Niepełnosprawnych).

Wnioskodawca powinien przedstawić we wniosku informację w jaki sposób, w zakresie własnych możliwości i zakresu realizacji i oddziaływania projektu, zapewni zgodność projektu z wymienionymi artykułami Konwencji o Prawach Osób Niepełnosprawnych lub neutralność względem tych artykułów. W przypadku pozostałych artykułów Konwencji o Prawach Osób Niepełnosprawnych, Wnioskodawca zapewnia, że jego projekt jest neutralny względem nich.

Kryterium nr 10

Projekt spełnia zasadę zrównoważonego rozwoju

Projekt będzie realizowany zgodnie z odpowiednimi przepisami w zakresie ochrony środowiska

Projekt będzie realizowany zgodnie z co najmniej dwiema zasadami z 6R tj. odmów (refuse), ogranicz (reduce), używaj ponownie (reuse), naprawiaj (recover), oddaj do recyklingu (recycle), zastanów się co możesz zrobić lepiej (rethink) lub wnioskodawca wykazał pozytywny wpływ na inne aspekty środowiskowe w ramach projektu (nie objęte zasadami 6R)

Stosowanie zasad 6R lub pozytywny wpływ na inne aspekty środowiskowe w ramach projektu zostało odzwierciedlone we wskaźnikach

Wskaźniki środowiskowe są spójne, mierzalne, prawidłowo określone, obiektywnie weryfikowalne oraz realne do osiągnięcia

W przypadku pozytywnego wpływu na inne aspekty środowiskowe wskaźniki ulegną poprawie co najmniej o 10% w porównaniu do wartości wskaźników przed realizacją projektu

Wnioskodawca uzasadnił we wniosku o dofinansowanie spełnienie zasady zrównoważonego rozwoju dla całego projektu

Kryterium nr 11

Zgodność z Krajową Inteligentną Specjalizacją

Ocenie podlega, czy:

Produkty planowane do promocji pod marką produktową
Wnioskodawcy wpisują się w Krajowe Inteligentne
Specjalizacje.

ZASADY OCENY: Projekt otrzyma ocenę „NIE”, jeśli projekt nie spełnia któregokolwiek z wymagań wskazanych w opisie kryterium.

Projekt otrzyma ocenę „TAK”, jeśli spełni wymagania wskazane w opisie kryterium.

Lista KIS aktualnych na dzień ogłoszenia naboru stanowi załącznik do Regulaminu wyboru projektów.

Ocena dokonywana będzie na podstawie dokumentu aktualnego na dzień ogłoszenia naboru.

Kryterium nr 12

Innowacyjność Wnioskodawcy

Ocenie podlega, czy Wnioskodawca:

1) ponosił nakłady na działalność B+R w ciągu ostatnich 3 lat obrotowych przed złożeniem wniosku o dofinansowanie, co znajduje potwierdzenie w złożonym do GUS sprawozdaniu o działalności B+R PNT-01 za co najmniej jeden rok we wskazanym okresie, załączonym do wniosku,

lub

2) wdrożył innowacje produktowe lub w procesach biznesowych w ciągu ostatnich 3 lat obrotowych przed złożeniem wniosku o dofinansowanie, co znajduje potwierdzenie w złożonym do GUS sprawozdaniu o innowacjach PNT-02 załączonym do wniosku.

ZASADY OCENY: Kryterium otrzyma ocenę:

- „TAK” jeśli zostaną spełnione wymagania wskazane w opisie kryterium,
- „NIE” jeśli nie zostanie spełnione żadne z wymagań wskazanych w opisie kryterium.

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

■ UWAGA!

- na potwierdzenie **doświadczenia wnioskodawcy w prowadzeniu działalności B+R** należy załączyć do wniosku o dofinansowanie Sprawozdanie o działalności badawczej i rozwojowej (B+R) **PNT-01** złożone go GUS za **co najmniej jeden rok** we wskazanym okresie.
- na potwierdzenie **wdrożenia innowacji produktowych lub w procesach biznesowych** w ciągu ostatnich trzech lat obrotowych przed złożeniem wniosku o dofinansowanie należy załączyć do wniosku o dofinansowanie Sprawozdanie o innowacjach w przemyśle **PNT-02** lub w usługach **PNT-02u** złożone go GUS.

Kryterium nr 13

Aktywność wnioskodawcy na rynku międzynarodowym

Liczba punktów możliwych do
zdobycia w kryterium wynosi
od 0 do 3 pkt

Ocenie podlega, czy:

1. Marka produktowa została nagrodzona/wyróżniona w konkursie lub ujęta w rankingu branżowym na arenie międzynarodowej (Polska może być członkiem organizacji przyznającej nagrodę/wyróżnienie) (1 pkt).
2. Wnioskodawca zgłaszał regularnie (tzn. do co najmniej 3 edycji w okresie ostatnich 5 lat) produkty pod marką produktową wskazaną we wniosku o dofinansowanie do udziału w wydarzeniu targowym w charakterze wystawcy (1 pkt).
3. Wnioskodawca brał udział w międzynarodowych zamówieniach publicznych lub realizował te zamówienia również jako podwykonawca (1 pkt).

Kryterium nr 14

**Wnioskodawca
posiada znaczący
potencjał
eksportowy na
rynkach
międzynarodowych**

Czy Wnioskodawca w ostatnim zamkniętym roku obrachunkowym uzyskał przychody netto ze sprzedaży towarów lub usług na eksport w wysokości powyżej 35% przychodów netto ze sprzedaży towarów i usług. W oparciu o wykazane we wniosku o dofinansowanie kwoty zostanie obliczona **wartość procentowa = (przychody netto ze sprzedaży towarów i usług na eksport / przychody netto ze sprzedaży towarów i usług) * 100%**.

Projekt otrzyma:

- 1 pkt, jeśli uzyskana wartość % będzie w przedziale od 35,00% do 39,99%,
- 2 pkt., jeśli uzyskana wartość % będzie w przedziale od 40,00% do 44,99%,
- 3 pkt., jeśli uzyskana wartość % będzie w przedziale od 45,00% do 49,99%,
- 4 pkt., jeśli uzyskana wartość % będzie w przedziale od 50,00% do 100 %,
- 0 pkt., jeśli uzyskana wartość % będzie w przedziale od 30,01% do 34,99%.

POIR- FENG

porównanie działań

15.11.2023

	POIR 3.3.3	FENG 02.25
Działania promocyjne	- targi w roli wystawcy - misje wyjazdowe - misje przyjazdowe - usługa doradcza (limit 5% ogółu kosztów kwalifikowalnych) - działania informacyjno-promocyjne (wizytówki, ulotki, broszury, katalogi, działania w internecie, itp.) - limit 15% ogółu kosztów kwalifikowalnych projektu)	- targi w roli wystawcy - misje wyjazdowe - kampanie promocyjne – limit 25 % kosztów kwalifikowanych projektu (bez kosztów pośrednich)
Targi w roli wystawcy	dowolne targi, wykraczające poza listę wydarzeń z Narodowym Stoiskiem Informacyjno-Promocyjnym	wyłącznie targi z Narodowym Stoiskiem Informacyjno-Promocyjnym (zamknięta lista targów)
Misje wyjazdowe	bez udziału w targach lub połączone z udziałem w targach w roli zwiedzającego (wybór targów bez ograniczeń)	wyłącznie połączone z udziałem w targach w roli zwiedzającego lub konferencjach branżowych
Doświadczenie eksportowe	nie wymagane	Wymagane - przychody z eksportu min. 30 % przychodów ogółem

POIR- FENG
porównanie działań c.d.

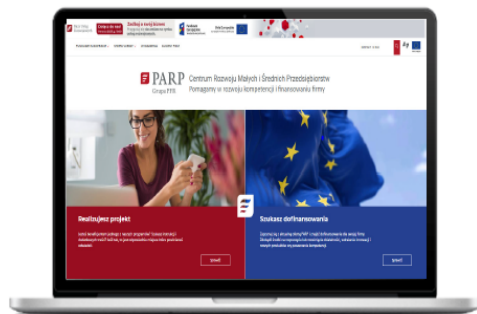
15.11.2023

	POIR 3.3.3	FENG 02.25
rodzaj pomocy na targi w roli wystawcy	pomoc de minimis lub pomoc publiczna	tylko pomoc publiczna
% dofinansowania	do 85 %	do 50 %
maksymalna wartość dofinansowania	455 650,00 zł	brak limitu
sposób rozliczania	kwoty ryczałtowe	koszty rzeczywiste + stawka jednostkowa na podróże służbowe + stawka ryczałtowa 7 % na koszty pośrednie

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

15.11.2023

JESTEŚMY DOSTĘPNI



Zapraszamy!

FAQ

pytania.parp.gov.pl

baza pytań i odpowiedzi

Infolinia PARP

801 332 202 / 22 574 07 07

Udzielamy informacji
o programach pomocowych
realizowanych przez PARP
– od poniedziałku do piątku
w godzinach od 8:30 do 16:30

Kontakt z ekspertem

Masz pytania do eksperta? Sprawdź godziny i terminy kontaktu do wybranego konkursu.



22 574 07 07 lub 801 332 202 w komunikatach IVR prosimy wybrać 5 a następnie 4



Promocja marki innowacyjnych MŚP

Wtorki i piątki w godz. 10:00 - 12:00

Dziękuję za uwagę!

Fundusze Europejskie



Fundusze Europejskie
dla Nowoczesnej Gospodarki



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



PARP
Grupa PFR