



Fundusze Europejskie 2014-2020 dla przedsiębiorstw na misje zagraniczne, targi i konferencje

Lublin, 4 luty 2020 r.

Plan prezentacji:

1. Program Operacyjny Inteligentny Rozwój - poddziałanie 3.3.3 Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to brand

a) nr konkursu: 6

nabór od 11.02 do 11.03.2020 r. - alokacja 300 mln PLN;

- środki na dofinansowanie projektów zlokalizowanych w woj. innych niż mazowieckie;

<https://www.parp.gov.pl/component/grants/grants/go-to-brand#dokumenty>

b) nr konkursu: 7

nabór od 03.03-31.03.2020 r. - alokacja 15 mln PLN dla woj. mazow i 35 mln PLN dla pozostałych;

- dot. zamiaru uczestnictwa w Światowej Wystawie Expo 2020 w Dubaju.

<https://www.parp.gov.pl/component/grants/grants/go-to-brand-expo-2020>

2. Program Operacyjny Polska Wschodnia

- działanie 1.2 Internacjonalizacja MŚP (alokacja - 50 mln PLN)

ogłoszenie konkursu 2 marca 2020 r.

I tura naboru – 07.04.2020 – 04.05.2020

II tura naboru – 04.08.2020 – 07.09.2020

harmonogram naboru wniosków

<http://www.polskawschodnia.gov.pl/strony/skorzystaj/harmonogram-naborow-wnioskow/>

Program Operacyjny Inteligentny Rozwój

Podziałanie 3.3.3 Go to brand

Cel poddziałania:

- udzielenie wsparcia przedsiębiorcom uczestniczącym w programie promocji wskazanym przez PARP (np. w przypadku konkursu nr 7 – dot. zamiaru uczestnictwa w Światowej Wystawie Expo 2020 w Dubaju)
- poddziałanie ukierunkowane jest na promowanie **polskich marek produktowych**, które mają szansę stać się markami rozpoznawalnymi na rynkach zagranicznych oraz promowanie Marki Polskiej Gospodarki
- przy zaangażowaniu przedsiębiorstw posiadających **produkt (wyrób lub usługę) konkurencyjny** względem produktów z tej samej branży występujących na rynku międzynarodowym.

Podziałanie 3.3.3 Go to brand

Warunki konkursu nr 6:

I. Dofinansowanie mogą otrzymać projekty dotyczące uczestnictwa w działaniach promocyjnych przewidzianych **w branżowych programach promocji**, w celu promowania marek produktowych wnioskodawcy (wyrobów/usług), które mają szansę stać się markami rozpoznawalnymi na rynkach zagranicznych oraz promowania **Marki Polskiej Gospodarki**.

II. MŚP

III. Lokalizacja firmy – inna niż woj. mazowieckie

IV. Dofinansowanie:

- a) pomoc publiczna
- b) pomoc de minimis

Podziałanie 3.3.3 Go to brand

Warunki konkursu nr 6 cd :

V. Łącznie projekt spełnia warunki:

- a) realizacja projektu nie może rozpocząć się przed dniem ani w dniu złożenia wniosku o dofinansowanie, przy czym za rozpoczęcie realizacji projektu **nie traktuje się dokonania rezerwacji miejsca wystawowego na targach, opłaty rejestracyjnej za udział w targach oraz wpisu do katalogu targowego**, które mogą nastąpić **w terminie 12 miesięcy przed dniem złożenia wniosku o dofinansowanie**;
- b) okres realizacji projektu **nie może wykraczać poza 30 czerwca 2022 r.** (rekomendowana data rozpoczęcia realizacji projektu – listopad 2020 r.)
- c) możliwość złożenia więcej niż jednego wniosku o dofinansowanie (ale nie więcej niż trzy) jeśli są spełnione łącznie warunki:
 - każdy wniosek dot. innej marki produktowej
 - wnioski o dofinansowanie obejmuje uczestnictwo w różnych branżowych programach promocji

Podziałanie 3.3.3 Go to brand

Warunki finansowe:

- I. Maksymalna kwota kosztów kwalifikowalnych wynosi: 1 000 000,00 zł –
– tutaj można uwzględnić podatek VAT, dla firm, które nie rozliczają tego podatku.
- II. Maksymalna kwota dofinansowania wynosi: **425 670,00 PLN**
- III. Maksymalna intensywność dofinansowania wynosi:
 - a) w przypadku **pomocy publicznej** – do 50% wartości kosztów kwalifikowalnych
 - b) w przypadku **pomocy publicznej** (sfinansowanie kosztów wynajmu, budowy i obsługi stoiska wystawowego) i **pomocy de minimis** – do 50% wartości kosztów kwalifikowalnych
 - c) w przypadku **tylko pomocy de minimis**, procent dofinansowania zależy od statusu MŚP Wnioskodawcy (zgodnie z rozp. KE nr 1407/2013):
 - do 60% - dla średniego przedsiębiorcy
 - do 75% - dla małego przedsiębiorcy
 - do 85% - dla mikroprzedsiębiorcy



Podziałanie 3.3.3 Go to brand

Koszty kwalifikowane w zakresie pomocy publicznej:

- I. **koszty wynajmu, budowy i obsługi stoiska**, w tym koszty:
 - a) 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;

- II. **podróży służbowych** pracowników przedsiębiorcy, tj. koszty:
 - a) diet, b) noclegów, c) przejazdów i dojazdów środkami komunikacji miejskiej, d) 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; (tylko delegacje zagraniczne)

- III. **transportu i ubezpieczenia osób i eksponatów**, tj. koszty:
 - a) 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, b) odprawy celnej i spedycji, c) bagażu i nadbagażu, inne niż uwzględnione w kategorii kosztów, o której mowa w pkt 2.



Podziałanie 3.3.3 Go to brand

Koszty kwalifikowane w zakresie pomocy de minimis:

- I. **usługi doradczej dotyczącej umiędzynarodowienia przedsiębiorcy;**
- II. **podróży służbowych pracowników**, tj. koszty: a) diet, b) noclegów, c) przejazdów i dojazdów środkami komunikacji miejscowej, d) 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; (delegacje tylko zagraniczne)
- III. **transportu i ubezpieczenia osób i eksponatów oraz**
b) odprawy celnej i spedycji, c) bagażu i nadbagażu, inne niż uwzględnione w kategorii kosztów, o której mowa w pkt 2;
- IV. **rezerwacji miejsca wystawowego na targach**, opłaty rejestracyjnej za udział w targach oraz wpisu do katalogu targowego; (do 12 miesięcy przed złożeniem wniosku)



Podziałanie 3.3.3 Go to brand

Koszty kwalifikowane w zakresie pomocy de minimis cd. :

- V. **organizacji stoiska wystawowego na targach lub wystawie**, w tym 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, nabycia lub wytworzenia oraz instalacji na stoisku wystawienniczym trwałego i widocznego elementu dekoracyjnego uwzględniającego założenia **wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki**
- VI. **Reklamy w mediach targowych (dodatkowe)**
- VII. **Udziału w seminariach, kongresach i konferencjach**
- VIII. **Organizacji pokazów, prezentacji i degustacji produktów w zakresie promocji marki produktowej (podczas targów i misji)**



Podziałanie 3.3.3 Go to brand

Koszty kwalifikowane w zakresie pomocy de minimis cd. :

IX. informacyjno-promocyjne projektu (do 15% ogółu kosztów w projekcie), w tym koszty:

- **nabycia lub wytworzenia oraz dystrybucji obcojęzycznych lub dwujęzycznych materiałów informacyjno-promocyjnych** takich jak: gadzety reklamowe, materiały drukowane, np. foldery, ulotki, wizytówki,
- **produkcji i emisji spotów reklamowych i filmów informacyjno-promocyjnych** promujących markę przedsiębiorcy,
- **zagranicznej reklamy prasowej, internetowej**, reklamy w katalogach targowych i branżowych,
- **organizacji prezentacji produktów, kolekcji** (np. w formie showroomów),
- **przygotowania obcojęzycznej strony internetowej** lub obcojęzycznego modułu do istniejącej strony,
- **przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych** na wyszukiwarkach internetowych i portalach społecznościowych (w tym działań za granicą z wykorzystaniem reklamy internetowej, e-mailingu i innych form internetowej dystrybucji komunikatów marketingowych i promocyjnych, działań SEM/SEO na platformach aukcyjnych, zakupowych, marketplace'ach typu B2B, B2C, B2G, prowadzenia bloga, prowadzenia kanału w serwisach streamingowych w języku obcym (np. youtube) włącznie z prowadzeniem analogicznych działań w kanale mobilnym)



Podziałanie 3.3.3 Go to brand

Kategorie kosztów kwalifikowalnych:

W projekcie możliwe jest uwzględnienie tylko jednej z kategorii kosztów dotyczących **organizacji stoiska wystawowego, tj.:**

- albo kosztów w zakresie pomocy publicznej (§ 38 rozporządzenia)
- albo kosztów w zakresie pomocy de minimis (§ 42 pkt 13)

Podziałanie 3.3.3 Go to brand

Branżowe programy promocji
BIOTECHNOLOGII I FARMACEUTYKÓW
BUDOWY I WYKAŃCZANIA BUDOWLI
CZĘŚCI SAMOCHODOWYCH I LOTNICZYCH
IT/ICT
JACHTÓW I ŁODZI REKREACYJNYCH
KOSMETYCZNEJ
MASZYN I URZĄDZEŃ
MEBLARSKIEJ
MODA POLSKA
POLSKICH SPECJALNOŚCI ŻYWNOŚCIOWYCH
USŁUG PROZDROWOTNYCH
SPRZĘTU MEDYCZNEGO

Aktualne wersje – 9 stycznia 2020 r.

Podziałanie 3.3.3 Go to brand

Branżowe programy promocji

Rodzaje możliwych działań promocyjnych:

- misje wyjazdowe
- misje przyjazdowe
- stoiska na imprezach targowych lub targowo-konferencyjnych
- zakup usługi doradczej, której wartość nie może przekroczyć 5% ogółu kosztów kwalifikowalnych projektu
- dodatkowe działania promocyjne, których wartość nie może przekroczyć 15% ogółu kosztów kwalifikowalnych projektu



Podziałanie 3.3.3 Go to brand

Branżowe programy promocji

Rodzaje możliwych działań promocyjnych:

- **misje wyjazdowe** - celem jest rozpoznanie rynku, może być powiązana z uczestnictwem w wydarzeniu targowym w charakterze zwiedzającego lub zostać zorganizowana niezależnie od tego wydarzenia, nie może trwać dłużej niż 3 dni, program misji powinien obejmować organizację co najmniej 3 spotkań biznesowych – może obejmować dodatkowe elementy jako udział w konferencji branżowej, po zakończeniu misji konieczne jest przedstawienie raportu, może być połączona z uczestnictwem w wydarzeniach odbywających się w ramach EXPO 2020 w Dubaju w tym w Polsko-Emirackim Forum Gospodarczym)
- **misje przyjazdowe** - zorganizowana przez przedsiębiorcę dla potencjalnych i obecnych kontrahentów z co najmniej jednego z rynków perspektywicznych, powinna obejmować przynajmniej prezentację firmy przedsiębiorcy oraz organizację pokazu lub prezentację produktów dla uczestników misji, może zakładać realizację innych działań promocyjnych, w tym odwiedziny przez uczestników stoiska przedsiębiorcy zorganizowanego na krajowej imprezie targowej, nie może trwać dłużej niż 3 dni na miejscu, konieczny jest raport¹⁵

Podziałanie 3.3.3 Go to brand

Branżowe programy promocji

Rodzaje możliwych działań promocyjnych cd.

- **stoiska na imprezach targowych lub targowo-konferencyjnych** - powinno zostać zorganizowane na imprezie targowej o charakterze b2b oraz o zasięgu międzynarodowym, przedsiębiorca uczestniczący w imprezie targowej jest zobowiązany do nabycia lub wytworzenia oraz do instalacji na stoisku wystawienniczym trwałego i widocznego elementu dekoracyjnego uwzględniającego założenia wizualizacyjne Marki Polskiej Gospodarki (dostępne na Portalu Promocji Eksportu)
- **zakup usługi doradczej**, której wartość nie może przekroczyć 5% ogółu kosztów kwalifikowalnych projektu (jeśli wnioskodawca w ramach projektu bierze udział w targach w roli wystawcy odbywających się na terenie danego kraju, możliwy jest zakup tylko jednej usługi doradczej, w zakresie wejścia na pozaunijny rynek perspektywiczny lub nawiązania współpracy z organizacją pozarządową lub rządową, usługa musi być nabyta od podmiotu posiadającego potencjał i potwierdzenie doświadczeniem. Wartość usługi doradczej nie może przekroczyć wartości 5% ogółu kosztów w projekcie.
- **dodatkowe działania promocyjne**, których wartość nie może przekroczyć 15% ogółu kosztów kwalifikowalnych projektu

Podziałanie 3.3.3 Go to brand

Branżowe programy promocji

Zakres projektu - obowiązkowy:

- realizacja co najmniej 3 działań promocyjnych z listy wskazanej w BPP (**misja wyjazdowa, misja przyjazdowa, stoiska na imprezach targowych lub targowo-konferencyjnych**)
- co najmniej jedno działanie promocyjne (misja wyjazdowa lub stoisko) musi mieć miejsce na wydarzeniu odbywającym się **poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej**, na którym przewidziano organizację Narodowego stoiska informacyjno-promocyjnego
- co najmniej jedno działanie promocyjne musi być zrealizowane na wybranym przez wnioskodawcę pozaunijnym rynku perspektywicznym (Wietnam, Indie, Meksyk, Algieria, Indie) z rynków wskazanych w Branżowym programie promocji.

Każdy branżowy program promocji zawiera wykaz wydarzeń, na których zostaną zorganizowane Narodowe stoiska informacyjno-promocyjne (NSIP)

Wnioskodawca musi wziąć udział w co najmniej jednym wydarzeniu z NSIP jako:

-WYSTAWCA - zorganizować własne stoisko wystawiennicze

LUB

-ZWIEDZAJĄCY w ramach wyjazdowej misji gospodarczej

Podziałanie 3.3.3 Go to brand

Zwróć uwagę na:

projekt dotyczy marki produktowej wnioskodawcy i spełnia warunki określone w wybranym programie promocji,

Wnioskodawca na dzień składania wniosku o dofinansowanie prowadzi działalność eksportową, w tym uzyskuje przychody z eksportu produktu będącego przedmiotem eksportu, produkt będący przedmiotem eksportu jest wytwarzany na terenie Rzeczypospolitej Polskiej.

Link do webinarium: <https://www.youtube.com/watch?v=Q8sOrFMmVgI&t=3885s>

Źródła informacji:

Na kanale [YouTube PARP](#).

Więcej informacji o ofercie PARP można uzyskać:

[Na Infolinii PARP](#)

od poniedziałku do piątku w godzinach od 8:30 do 16:30.

Tel. 801 332 202

Tel. 22 574 07 07

W sieci [Enterprise Europe Network](#) - największej na świecie sieci wspierająca MŚP w internacjonalizacji:

tel. (22) 432 71 02

e-mail: een@parp.gov.pl

Inne

Norweski Mechanizm Finansowy

www.parp.gov.pl/funduszenorweskie

Program Operacyjny Polska Wschodnia



Działanie 1.2 Internalizacja MŚP (zgodnie z dokumentacją konkursową z 2019 r.)

Dofinansowaniu podlegają projekty obejmujące kompleksowe działania mające wesprzeć przedsiębiorcę w diagnozie jego potencjału w zakresie internacjonalizacji, przygotowaniu przedsiębiorstwa i jego oferty pod kątem eksportu oraz aktywnego poszukiwania partnerów biznesowych w celu wprowadzenia produktów na wybrane rynki zagraniczne.

Instytucja odpowiedzialna: Polska Agencja Wspierania Przedsiębiorczości (PARP)

Alokacja: 50 mln PLN

Kto może aplikować:

mikro-, małe lub średnie przedsiębiorstwa działające w województwach Polski Wschodniej, potwierdzone wpisem do odpowiedniego rejestru, dokonany nie później niż 12 miesięcy przed dniem złożenia wniosku o dofinansowanie

Maksymalny poziom dofinansowania:

- 85% (w ramach pomocy de minimis)
- 50% w ramach pomocy regionalnej (zgodnie z rozp. 651/2014 dot. wsparcia na usługi doradcze)

Link do strony konkursowej: <https://popw.parp.gov.pl/component/grants/grants/internacjonalizacja-msp#dokumenty>

ogłoszenie konkursu 2 marca 2020 r.

I tura naboru – 07.04.2020 – 04.05.2020

II tura naboru – 04.08.2020 – 07.09.2020

Działanie 1.2 Internalizacja MŚP

Maksymalna kwota dofinansowania wynosi 800 tys. zł (w przypadku wybrania co najmniej jednego rynku docelowego internacjonalizacji spoza Europejskiego Obszaru Gospodarczego i Szwajcarii) lub 550 tys. zł (w przypadku wybrania wyłącznie rynków docelowych internacjonalizacji z Europejskiego Obszaru Gospodarczego lub Szwajcarii), w tym:

- maksymalnie 30 tys. zł. dofinansowania na pokrycie kosztów **usług doradczych** dotyczących opracowania nowego modelu biznesowego związanego z internacjonalizacją działalności MŚP;
 - maksymalnie 100 tys. zł dofinansowania na pokrycie kosztów związanych z **nabyciem środków trwałych z wyłączeniem nieruchomości** w związku z przygotowaniem do internacjonalizacji działalności;
 - maksymalnie 100 tys. zł na pokrycie kosztów związanych z **nabyciem wartości niematerialnych i prawnych** w związku z przygotowaniem do internacjonalizacji działalności.
- przy czym **łącznie dofinansowanie na pokrycie kosztów związanych z nabyciem wartości niematerialnych i prawnych oraz pokrycie kosztów związanych z nabyciem środków trwałych** z wyłączeniem nieruchomości w związku z przygotowaniem do internacjonalizacji działalności nie może przekroczyć 150 tys. zł.

Działanie 1.2 Internalizacja MŚP

wymogi - m.in.:

- Projekt dotyczy przygotowania do **wdrożenia nowego modelu biznesowego** związanego z internacjonalizacją.
- Wnioskodawca posiada w ofercie **co najmniej jeden produkt (wyrób lub usługę), który ma potencjał sprzedażowy na nowym rynku zagranicznym.**
- Przedmiot projektu nie dotyczy rodzajów działalności wykluczonych z możliwości uzyskania wsparcia w ramach działania 1.2 POPW.
- Projekt jest realizowany na **terytorium makroregionu Polski Wschodniej.**
- Przychody wnioskodawcy ze sprzedaży zagranicznej w ostatnim roku obrotowym są **mniejsze od 30% sumy przychodów netto** ze sprzedaży towarów i usług (kryterium dodatkowe)
- Działalność wnioskodawcy będąca przedmiotem projektu **wpisuje się w zakres regionalnych inteligentnych specjalizacji** wspólnych dla co najmniej dwóch województw z Polski Wschodniej (kryterium dodatkowe)

Działanie 1.2 Internalizacja MŚP

wymogi - m.in.:

- wnioskodawca oświadcza, że w okresie 3 lat poprzedzających rok, w którym złożył wniosek o dofinansowanie spełnia **łącznie następujące warunki**: - osiągnął **przychody netto ze sprzedaży nie mniejsze niż 200 tys. PLN** przynajmniej w jednym zamkniętym roku obrotowym; oraz - nie mniej niż 100 tys. PLN przychodów w jednym zamkniętym roku obrotowym osiągnięto w wyniku sprzedaży produktu/-ów zgłoszonych w projekcie do internacjonalizacji
- **projekt nie może dotyczyć internacjonalizacji produktów (w tym ich wcześniejszych wersji/modeli) na rynkach docelowych, które były przedmiotem projektów finansowanych ze środków publicznych.** (pozyskane informacje nie wskazują aby projekt dotyczył rynku docelowego, którego dotyczyły wcześniej realizowane projekty, w odniesieniu do któregośkolwiek z produktów wskazanych do internacjonalizacji.)

Działanie 1.2 Internalizacja MŚP

wymogi - m.in.:

- wyniki działalności operacyjnej wnioskodawcy w okresie ostatnich trzech lat obrotowych (albo w krótszym okresie – w przypadku przedsiębiorców, którzy zamknęli tylko dwa, albo tylko jeden rok obrotowy), wskazują na jego zdolność finansową do zrealizowania projektu o wnioskowanej wartości (**wskaźnik EBITDA x 2 jest większy od kosztów kwalifikowalnych projektu w co najmniej jednym z trzech lat obrotowych**),
- EBITDA – jako suma EBIT (zysk operacyjny przed odliczeniem podatków i odsetek) oraz amortyzacji
- Dopuszcza się jednokrotne uzupełnienie lub poprawienie wniosku o dofinansowanie w części dotyczącej spełnienia danego kryterium, w trybie określonym w regulaminie konkursu.
- Korekta wydatków kwalifikowalnych w tym zakresie wymaga jednocześnie aktualizacji harmonogramu rzeczowo-finansowego, danych w zakresie źródeł finansowania, założeń i prognoz finansowych projektu

Działanie 1.2 Internalizacja MŚP

wymogi - m.in.:

- W kryterium ustanawiane są preferencje dla wnioskodawców, którzy w ostatnim zamkniętym roku obrotowym uzyskali przychody ze sprzedaży zagranicznej w wysokości mniejszej niż 30% przychodów netto ze sprzedaży towarów i usług. W przypadku osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą niezobowiązanych do stosowania ustawy o rachunkowości rokiem obrotowym jest rok podatkowy.

Możliwe jest przyznanie od 0 do 4 pkt z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku, zgodnie z regułami matematycznymi, przy czym:

- 1) jeśli przychody ze sprzedaży zagranicznej są większe lub równe 30% – przyznaje się 0 pkt,
- 2) jeśli przychody ze sprzedaży zagranicznej są większe niż 0% i mniejsze niż 30% – liczba punktów ustalana jest według wzoru: $3 - 10 \times \frac{\text{przychody z eksportu}}{\text{przychody netto ze sprzedaży towarów i usług}}$,
- 3) jeśli przychody ze sprzedaży zagranicznej wynoszą 0% – przyznaje się 4 pkt.

Aby projekt mógł zostać rekomendowany do dofinansowania nie musi uzyskać punktów w tym kryterium.

Działanie 1.2 Internalizacja MŚP

Kryteria rozstrzygające:

- W przypadku, gdy w wyniku przeprowadzonej oceny więcej niż jeden projekt uzyska jednakową łączną liczbę punktów, wsparcie w pierwszej kolejności będzie przyznane projektom, które otrzymały większą liczbę punktów w kryterium „Przychody wnioskodawcy ze sprzedaży zagranicznej w ostatnim roku obrotowym są mniejsze od 30% sumy przychodów netto ze sprzedaży towarów i usług”.
- W przypadku, gdy w wyniku przeprowadzonej oceny więcej niż jeden projekt uzyska jednakową łączną liczbę punktów w kryterium „Przychody wnioskodawcy ze sprzedaży zagranicznej w ostatnim roku obrotowym są mniejsze od 30% sumy przychodów netto ze sprzedaży towarów i usług”, wsparcie w pierwszej kolejności będzie przyznane projektom, które otrzymały 3 pkt w ramach kryterium „Działalność wnioskodawcy będąca przedmiotem projektu wpisuje się w zakres regionalnych inteligentnych specjalizacji wspólnych dla co najmniej dwóch województw z Polski Wschodniej.”
- W przypadku, gdy przy zastosowaniu powyższych kryteriów więcej niż jeden projekt uzyska jednakową łączną liczbę punktów, wsparcie w pierwszej kolejności będzie przyznane projektom, które otrzymały większą liczbę punktów w kryterium „Projekt jest zgodny z zasadami horyzontalnymi wymienionymi w art. 7 i 8 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013”.

Działanie 1.2 Internalizacja MŚP

Na co można przeznaczyć dofinansowanie, m.in.:

1. usługi doradcze, związane z opracowaniem nowego modelu biznesowego; (analizy, wskazanie rynków docelowych, wybór narzędzi marketingowych, rekomendacje)
2. Koszty usług doradczych związane z przygotowaniem do wdrożenia nowego modelu biznesowego, w tym m.in. certyfikacji, pozyskanie zewnętrznego dofinansowania, badania marketingowe
- 3, koszty innych usług (szkolenia, tłumaczenia, badania i testy)
4. koszty udziału w międzynarodowych targach, wystawach lub misjach gospodarczych, obejmujące:
 - **wynajęcie i zabudowę powierzchni wystawienniczej;**
 - **zakup usług w zakresie organizacji i obsługi stoiska;**
 - **zakup usług w zakresie transportu eksponatów oraz elementów zabudowy wraz z ubezpieczeniem, odprawą celną i kosztami spedycji;**
 - **podróże służbowe maksymalnie trzech osób** uczestniczących w targach, wystawach lub misjach, w okresie nie dłuższym niż dwa dni (a w przypadku misji – jeden dzień) przed rozpoczęciem i jeden dzień po zakończeniu imprezy targowej, wystawienniczej lub misji, w zakresie i według stawek określonych w przepisach w sprawie ustalania należności
5. koszty nabycia środków trwałych z wyłączeniem nieruchomości lub wartości niematerialnych i prawnych w związku z przygotowaniem do internacjonalizacji działalności,
 - **łączna wartość kosztów kwalifikowalnych, o których mowa w pkt 4, stanowi nie więcej niż 49% kosztów kwalifikowalnych projektu.**

Działanie 1.2 Internalizacja MŚP

Koszty, o których mowa uważa się za kwalifikowalne, jeśli zostały poniesione nie wcześniej niż 6 miesięcy przed dniem złożenia wniosku o dofinansowanie.

Jeśli te koszty zostały poniesione przed dniem złożenia wniosku o dofinansowanie, wówczas ich kwalifikowanie możliwe jest jedynie w ramach pomocy de minimis.

Ramy czasowe:

- realizacja projektu **nie może** rozpocząć się **przed dniem złożenia wniosku** o dofinansowanie lub w dniu złożenia wniosku o dofinansowanie;
- **rozpoczęcie realizacji projektu nie** może zostać zaplanowane **później niż 6 miesięcy od daty złożenia** wniosku o dofinansowanie;
- **okres realizacji projektu nie może być dłuższy niż 24 miesiące**, licząc od dnia rozpoczęcia realizacji projektu określonego w umowie o dofinansowanie;
- okres realizacji projektu nie może wykraczać poza końcową datę okresu kwalifikowalności kosztów w ramach POPW, tj. 31 grudnia 2023 r.

Działanie 1.2 Internalizacja MŚP

Ramy czasowe cd.:

Przez rozpoczęcie realizacji projektu rozumie się rozpoczęcie prac w rozumieniu art. 2 pkt 23 rozporządzenia KE nr 651/2014 (w związku z § 5 pkt 13 rozporządzenia). **Za rozpoczęcie prac nad projektem nie uważa się poniesienia kosztów usług doradczych dotyczących opracowania nowego modelu biznesowego związanego z internacjonalizacją działalności MŚP, rezerwacji miejsca wystawowego na targach, opłaty rejestracyjnej za udział w targach oraz wpisu do katalogu targowego**

Za rozpoczęcie realizacji projektu uznaje się m.in.

- zaciągnięcie zobowiązania do zamówienia usługi lub towaru,
- rozpoczęcie wykonywania usługi, wpłatę zaliczki lub zadatku, odnoszące się do kosztów projektu innych niż koszty usług doradczych dotyczących opracowania nowego modelu biznesowego związanego z internacjonalizacją działalności MŚP.

Nie stanowią rozpoczęcia realizacji projektu czynności podejmowane w ramach działań przygotowawczych, w szczególności przygotowanie dokumentacji związanej z wyborem wykonawców lub dostawców.

Działanie 1.2 Internalizacja MŚP (wyciąg z przesłanych odpowiedzi z PARP)

1. Nie ma przeciwwskazań do świadczenia usług doradczych przez różne firmy doradcze specjalizujące się w danym rynku. Zgodnie z zapisami paragrafu 5 pkt 3 Regulaminu Konkursu, kwalifikowalne są usługi doradcze świadczone przez doradców zewnętrznych związanych z przygotowaniem do wdrożenia nowego modelu biznesowego związanego z internacjonalizacją działalności MŚP. Usługi doradcze powinny być realizowane przez podmioty wyspecjalizowane w danym zakresie usługi czy rynku zagranicznym, tak aby przedsiębiorca otrzymał doradztwo dostosowane do potrzeb i pozwalające na rozpoczęcie sprzedaży na rynkach zagranicznych.

2. Sposób rozliczania projektu odbywa się poprzez składanie wniosków o płatność raz na trzy miesiące. Jest to wniosek rozliczeniowy albo jedynie sprawozdawczy. Jest także możliwość wnioskowania o zaliczkę na realizację projektu. Pierwsza transza zaliczki wypłacana jest w wysokości zgodnej z Harmonogramem płatności. Łączne dofinansowanie przekazane Beneficjentowi w formie zaliczki nie może przekroczyć 40% dofinansowania. Istnieje także możliwość składania raz na trzy miesiące wniosków sprawozdawczych dotyczących realizacji projektu i rozliczenia projektu jednorazowo w ostatnim okresie sprawozdawczym.



Działanie 1.2 Internalizacja MŚP (wyciąg z przesłanych odpowiedzi z PARP)

3. Kosztami kwalifikowalnymi w ramach poddziałania 1.2 POPW będą koszty usług świadczonych przez wyspecjalizowanych doradców zewnętrznych (również zagranicznych) świadczących usługi doradcze

i posiadających odpowiednie doświadczenie. Wybierając wykonawcę usług doradczych Wnioskodawca powinien zwrócić uwagę aby wykonawca posiadał doświadczenie i potencjał niezbędny do należytego świadczenia usług internacjonalizacji działalności biznesowej, których dotyczy przedmiot projektu.

4. Do kosztów kwalifikowanych w ramach Działania 1.2 POPW zalicza się koszty udziału w międzynarodowych targach, wystawach lub misjach gospodarczych. Należy mieć na uwadze, że zasadniczym celem misji gospodarczych jest nawiązanie kontaktów handlowych z potencjalnym partnerem (partnerami) zagranicznym. **W ramach działania 1.2 POPW nie dofinansowuje się kolejnych spotkań biznesowych z przedsiębiorcami, z którymi wnioskodawca podjął wcześniej negocjacje handlowe lub podpisał umowy związane z realizacją projektu.** W myśl powyższego wizyty studyjne w rozumieniu misji gospodarczej są kosztem kwalifikowalnym, jednak **konieczność i zasadność odbycia konkretnych misji musi zostać wskazana w Modelu Biznesowym związanym z internacjonalizacją działalności.**

Źródła informacji

Sieć PIFE

- ✓ **GPI Lublin ul. Stefczyka 3b, tel.: 81 44 16 864,**
kontakt@feu.lubelskie.pl
- ✓ **LPI Biała Podlaska ul. Warszawska 14 tel.: 83 343 58 44,**
bialapodlaska@feu.lubelskie.pl
- ✓ **LPI Chełm pl. Niepodległości 1 tel.: 82 565 19 21,**
chelm@feu.lubelskie.pl
- ✓ **LPI Puławy ul. Augusta Emila Fieldorfa - Nila 18/19**
tel.: 81 88 66 126, 514 924 214, pulawy@feu.lubelskie.pl
- ✓ **LPI Zamość ul. Partyzantów 3 tel.: 84 638 02 67, 514 923 981,**
zamosc@feu.lubelskie.pl



Punkt
Informacyjny
Fundusze Europejskie

Zapytaj o
**Fundusze
Europejskie**

Znajdź najbliższy
Punkt Informacyjny:
www.funduszeuropejskie.gov.pl

Dziękuję za uwagę!

Krzysztof Prybuła

Oddział Informacji o Funduszach Europejskich
Departament Zarządzania Regionalnym Programem Operacyjnym
Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego
Główny Punkt Informacyjny Funduszy Europejskich w Lublinie
ul. Stefczyka 3b, 20-151 Lublin
e-mail: kontakt@feu.lubelskie.pl
Tel.: 81 44 16 864, 81 44 16 547