

# Program promocji branży biotechnologii i farmaceutyków — informacja dla przedsiębiorców

— wersja z dnia 14.06.2019 r.

---

## I. Informacje o programie promocji.

Program promocji branży biotechnologii i farmaceutyków opracowany został w ramach poddziałania 3.3.2 „Promocja gospodarki w oparciu o polskie marki produktowe – Marka Polskiej Gospodarki – Brand” Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój (PO IR).

Udział przedsiębiorców w programie promocji sfinansowany zostanie ze środków poddziałania 3.3.3 „Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand” PO IR, za którego realizację odpowiada Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.

W ramach programu opracowany został wykaz działań promocyjnych przeznaczonych dla przedsiębiorców, który uzupełniony został o tzw. działania ogólne promujące polską branżę biotechnologii i farmaceutyków. Program promocji przygotowany został w taki sposób aby zapewnić komplementarność działań podejmowanych na rzecz promocji polskiego sektora biotechnologii i farmaceutyków.

## II. Adresaci programu promocji.

1. Program skierowany jest do Mikro, Małych i Średnich przedsiębiorców<sup>1</sup> promujących markę produktową przedsiębiorcy, którzy prowadzą działalność gospodarczą w ramach przynajmniej jednej z poniższych kategorii działalności (PKD 2007<sup>2</sup>):
  - a) 72.11 Badania naukowe i prace rozwojowe w dziedzinie biotechnologii
  - b) 72.19 Badania naukowe i prace rozwojowe w dziedzinie pozostałych nauk przyrodniczych i technicznych

---

<sup>1</sup> Definicja Mikro, Małego i Średniego przedsiębiorcy jest określona w załączniku nr I do rozporządzenia KE nr 651/2014.

<sup>2</sup> Pełną Listę klasyfikacji określa Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 24 grudnia 2007 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (Dz.U. 2007 nr 251 poz. 1885 z późn. zm.).

- c) 20.59 Produkcja pozostałych wyrobów chemicznych, gdzie indziej niesklasyfikowana
- d) 21.10 Produkcja podstawowych substancji farmaceutycznych
- e) 21.20 Produkcja leków i pozostałych wyrobów farmaceutycznych
- f) 10.89 Produkcja pozostałych artykułów spożywczych, gdzie indziej niesklasyfikowana (kategoria dla producentów suplementów diety)
- g) 46.46 Sprzedaż hurtowa wyrobów farmaceutycznych i medycznych
- h) 86.90 Pozostała działalność w zakresie opieki zdrowotnej, gdzie indziej niesklasyfikowana.

2. Termin realizacji programu – **5 kwietnia 2018 r. – 30 czerwca 2020 r.**

### **III. Zasady udzielania wsparcia na udział w programie.**

Przedsiębiorcy, mogą ubiegać się o wsparcie finansowe na pokrycie części kosztów działań promocyjnych, objętych programem zgodnie z katalogiem kosztów kwalifikowanych wykazanych w rozporządzeniu Ministra Infrastruktury i Rozwoju z dnia 10 lipca 2015 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 (Dz. U. poz. 1027 z późn. zm.). Maksymalna łączna wartość wydatków kwalifikowanych, objętych wsparciem finansowym, nie może przekroczyć kwoty 1 mln zł.

Szczegółowe informacje nt. warunków udzielania wsparcia oraz przyjmowania wniosków w ramach poddziałania 3.3.3 PO IR, zostaną zamieszczone na stronie internetowej Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości w dniu ogłoszenia konkursu.

### **IV. Działania promocyjne przewidziane w programie promocji dla przedsiębiorców.**

#### **A. Zakres obowiązkowych działań promocyjnych:**

1. Przedsiębiorca zobowiązany jest wybrać przynajmniej jeden z poniższych pozaunijnych rynków perspektywnych, który będzie zgodny ze strategią ekspansji firmy:
  - a) Zjednoczone Emiraty Arabskie (ZEA),
  - b) Chiny,
  - c) Indie,
  - d) Rosja,
  - e) Brazylia,

f) Stany Zjednoczone Ameryki Północnej (USA).

2. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, zobowiązany jest do wzięcia udziału w charakterze wystawcy w przynajmniej trzech (3) działaniach targowych, o których mowa poniżej, przy czym przynajmniej jedno (1) z tych działań stanowić powinny imprezy targowe, w ramach których zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne<sup>3</sup> oraz jedno (1) z tych działań stanowić powinna impreza targowa, na jednym z rynków perspektywicznych wybranych przez przedsiębiorcę z określonych w pkt. IV.A.1.

**Tab. 1. Wykaz targów branżowych organizowanych na rynkach perspektywicznych**

| L.p. | Nazwa targów                           | Miejsce odbywania się targów | Termin odbywania się targów | Narodowe stoisko informacyjne |
|------|--|------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
|      | <b>ZEA</b>                             |                              |                             |                               |
| 1.   | Middle East Pharma Cold Chain Congress | Dubaj,                       | kwiecień 2018, 2019         | kwiecień 2019                 |
|      | <b>CHINY</b>                           |                              |                             |                               |
| 2.   | CPhI China BioPh China                 | Szanghaj                     | czerwiec 2018, 2019         | czerwiec 2019                 |
|      | <b>INDIE</b>                           |                              |                             |                               |
| 3.   | CPhI BioPh India                       | Mumbaj                       | grudzień 2018, 2019         | grudzień 2018, 2019           |
| 4.   | India Pharma                           | Bengaluru                    | luty 2019                   | luty 2019                     |
|      | <b>ROSJA</b>                           |                              |                             |                               |
| 5.   | IPhEB CPhI                             | Sankt Petersburg             | kwiecień 2018, 2019         | kwiecień 2019                 |
|      | <b>BRAZYLIA</b>                        |                              |                             |                               |
| 6.   | FCE PHARM                              | Sao Paulo                    | maj 2018, 2019              |                               |

<sup>3</sup> dowolne targi podczas, których planowana jest organizacja stoiska narodowego, na dowolnym rynku.

| L.p. | Nazwa targów                 | Miejsce odbywania się targów | Termin odbywania się targów | Narodowe stoisko informacyjne |
|------|------------------------------|------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
|      | <b>USA</b>                   |                              |                             |                               |
| 7.   | BIO International Convention | Boston                       | czerwiec 2018, 2019         | czerwiec 2019                 |

**Tab. 2. Wykaz targów branżowych organizowanych na rynkach UE.**

| L.p. | Nazwa targów                               | Miejsce odbywania się targów | Termin odbywania się targów |
|------|--|------------------------------|-----------------------------|
| 1.   | FIP Pharmaceutical Sciences World Congress | Sztokholm, Szwecja           | maj 2018, 2019              |
| 2.   | BIOSPAIN                                   | Bilbao, Hiszpania            | wrzesień 2018               |
| 3.   | IFAS                                       | Zurych, Szwajcaria           | październik 2018, 2019      |
| 4.   | BIOTECHNICA                                | Hanower, Niemcy              | październik 2018, 2019      |
| 5.   | CPHI Worldwide                             | Madryt                       | październik 2018, 2019      |
| 6.   | Vitafoods Europe & Finished Products       | Genewa, Szwajcaria           | maj 2018, 2019              |

- Jeżeli z przyczyn niezależnych od przedsiębiorcy nie wzięło on udziału w imprezie targowej (z tabel nr 1-2) w roku 2018 lub 2019, przedsiębiorca ma możliwość zamiany imprezy targowej (z tabel nr 1-2) na imprezę odbywającą się w 2020 r.
- Jeśli w ramach imprezy targowej w edycji branżowych programów promocji z 2020 r. jest organizowane narodowe stoisko informacyjne, to udział przedsiębiorcy w tej imprezie jest uznawany za udział w imprezie targowej, w ramach której zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne w rozumieniu wymagań niniejszego programu.
- Przedsiębiorca biorący udział w programie zobowiązany jest do zakupu przynajmniej jednej (1) usługi doradczej w zakresie przygotowania wejścia na rynki perspektywiczne wymienione w ramach pkt IV.A.1, w związku z udziałem w targach odbywających się na tych rynkach (tj. wnioskodawca w ramach projektu musi wziąć udział w charakterze wystawcy w targach odbywających się na terenie tych krajów).

Usługi doradcze muszą zostać nabyte od podmiotu posiadającego potencjał do świadczenia usługi doradczej, w postaci oddziału firmy, jej przedstawicielstwa lub współpracowników na rynku, którego dotyczy przedmiotowa usługa doradcza lub od podmiotu bezpośrednio działającego na tym rynku.

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

## **B. Zakres wymaganych rodzajów działań promocyjnych:**

1. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość zakupu jednej (1) usługi szkoleniowej w zakresie umiędzynarodowienia przedsiębiorcy na rynkach perspektywicznych wymienionych w ramach pkt IV.A.1, w związku z udziałem w targach odbywających się na tych rynkach (tj. wnioskodawca w ramach projektu musi wziąć udział w charakterze wystawcy w targach odbywających się na terenie tych krajów).
2. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, może wziąć udział w maksymalnie dwóch (2) grupowych wyjazdowych misjach gospodarczych z listy podanej poniżej, których celem jest rozpoznanie rynku, nawiązanie kontaktów biznesowych, wymiana doświadczeń, co doprowadzić powinno do nawiązania współpracy handlowej.

Program wizyty powinien zostać opracowany w porozumieniu z zainteresowanymi uczestnikami i obejmować przynajmniej udział w spotkaniu b2b oraz organizację pokazu bądź prezentacji. Misja powinna mieć charakter grupowego wyjazdu minimum trzech (3) przedsiębiorców, trwającego nie dłużej niż trzy (3) dni na miejscu i być związana z udziałem w międzynarodowym wydarzeniu branżowym, o którym mowa w tabeli 1 lub tabeli 3.

W ramach etapu przedmisyjnego organizator misji zobowiązany jest do przeprowadzenia szkolenia uczestników misji z zakresu regulacji/kultury biznesowej etc. W ramach etapu pomisyjnego, organizator jest zobowiązany do wspierania przedsiębiorców w podtrzymywaniu nawiązanych podczas misji kontaktów

handlowych. Przedsiębiorcy biorący udział w wyjazdowych misjach gospodarczych są zobowiązani do przygotowania raportu z przebiegu misji zawierającego w szczególności program misji, program spotkań b2b oraz dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów. Raport z misji gospodarczej powinien zostać przedstawiany operatorowi programu promocji w celach informacyjnych.

Wyjazdowa grupowa misja gospodarcza może być zorganizowana samodzielnie przez przedsiębiorcę.

**Tab. 3. Lista misji gospodarczych.**

| L.p. | Nazwa targów                    | Miejsce targów   | Termin                 |
|------|---------------------------------|------------------|------------------------|
| 1.   | International Dental Exhibition | Lwów, Ukraina    | październik 2018, 2019 |
| 2.   | BioPharm America                | Boston, USA      | wrzesień 2018, 2019    |
| 3.   | IATI Biomed                     | Tel Aviv, Izrael | maj 2018, 2019         |
| 4.   | BIO Europe Spring               | Amsterdam        | marzec 2019            |
| 5.   | BIO Europe                      | Berlin           | listopad 2018, 2019    |

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

Przedsiębiorcy biorący udział w wyjazdowych misjach gospodarczych są zobowiązani do przygotowania raportu z przebiegu misji zawierającego w szczególności program misji, program spotkań b2b oraz dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów. Raport z misji gospodarczej powinien zostać przedstawiany operatorowi programu promocji w celach informacyjnych.

4. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu może zorganizować maksymalnie 6 przyjazdowych misji gospodarczych (wizyt studyjnych) dla dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą biotechnologii, których celem jest prezentacja produktu oraz organizacja pokazu. Misja gospodarcza przyjazdowa może zostać zorganizowana wyłącznie dla dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą biotechnologii

pochodzących z krajów, o których mowa w pkt IV.A.1<sup>456</sup>. Misja gospodarcza musi obejmować prezentację firmy przedsiębiorcy, organizację pokazu bądź prezentację produktu. Misja nie powinna trwać dłużej niż 3 dni na miejscu.

Przedsiębiorca zobowiązuje się, że dziennikarz uczestniczący w misji opublikuje w reprezentowanym przez siebie czasopiśmie, portalu internetowym, artykuł będący wynikiem uczestnictwa w misji<sup>7</sup>.

Przedsiębiorca organizujący przyjazdową misję gospodarczą jest zobowiązany po zakończeniu misji do przedstawienia raportu z przebiegu misji gospodarczej zawierającego w szczególności program misji oraz dane kontaktowe uczestników misji. Raport z misji jest przedstawiany operatorowi branżowego programu promocji w celach informacyjnych.

### C. Zakres uzupełniających rodzajów działań promocyjnych:

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

- a) nabycia lub wytworzenia oraz instalacji elementów dekoracyjnych uwzględniających założenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki tj. panelu promocyjnego MPG<sup>8</sup>;
- b) nabycia lub wytworzenia oraz dystrybucji materiałów informacyjno-promocyjnych takich jak gadżety, materiały drukowane np. foldery, ulotki, wizytówki;
- c) przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych w mediach tradycyjnych, elektronicznych, cyfrowych;
- d) przygotowania lub tłumaczenia strony internetowej wnioskodawcy;
- e) produkcji i emisji spotów i filmów informacyjno-promocyjnych.

---

<sup>4</sup> Przyjmuję się, że:

<sup>5</sup> ) kontrahent pochodzi z danego kraju, jeżeli prowadzi działalność na terenie danego kraju lub eksportuje swoje produkty na teren danego kraju;

<sup>6</sup> ) dziennikarz pochodzi z danego kraju, jeżeli reprezentowane przez niego medium jest dostępne dla odbiorców w danym kraju (czasopismo jest wydawane lub dystrybuowane na terenie danego kraju, strona internetowa posiada wersję językową właściwą dla danego kraju).

<sup>7</sup> W przypadku, kiedy warunek ten nie zostanie spełniony, kwota wydatków kwalifikowalnych związanych z organizacją przyjazdowej misji gospodarczej, zostanie obniżona odpowiednio o kwotę wydatków związanych z udziałem w misji dziennikarzy, którzy nie opublikowali artykułu.

<sup>8</sup> Panel promocyjny Marki Polskiej Gospodarki stanowi obowiązkowy element stoiska wystawienniczego.

Księga wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki w tym panelu promocyjnego MPG dostępne są na [Portal Promocji Eksportu](#) i stronie [Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii](#) bądź możliwa do pozyskania u operatora branżowego programu promocji.

#### V. Działania promocyjne ogólne promujące całą branżę biotechnologii i farmaceutyków.

1. Operatorem branżowego programu promocji w zakresie działań ogólnych promujących branżę jest **Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.**
2. W ramach działań ogólnych promujących branżę biotechnologii i farmaceutyków zaplanowano:
  - a) organizację misji przyjazdowych typu Study Tour dla zagranicznych dziennikarzy i kontrahentów z krajów o których mowa w punkcie IV.A.1. Misje zostaną zorganizowane w 2018 r. oraz w 2019 r.
  - b) prowadzenie działań PR mających na celu budowanie spójnego wizerunku Polski i polskiej gospodarki, w tym koordynację działań komunikacyjnych branży biotechnologii i farmaceutyków;
  - c) organizację na wybranych targach wskazanych w punkcie IV.A.2, narodowych stoisk informacyjnych służących wsparciu polskich przedsiębiorców obecnych na targach.
  - d) Dodatkowe działania promujące organizowane przez operatora branżowego programu-promocji branży biotechnologii i farmaceutyków na narodowych stoiskach informacyjno-promocyjnych to m.in.:
    - organizacja punktu informacyjnego o polskim sektorze biotechnologii i farmaceutyków;
    - organizacja strefy spotkań matchmakingowych;
    - poczęstunek;
    - profesjonalny film reklamowy prezentujący polską branżę biotechnologii i farmaceutyków;
    - folder informacyjny prezentujący polskie firmy z branży;
    - materiały reklamowe o spójnej szacie graficznej;
    - interaktywna recepcja, uwzględniająca numerację stoisk poszczególnych firm oraz przewodnik po polskich stoiskach;
    - briefingi dla prasy- oprowadzenie dziennikarzy po polskim stoisku oraz stoiskach polskich firm, prezentacja produktów, wywiady indywidualne.
  - e) Działania towarzyszące imprezom targowo-wystawienniczym:
    - kampania promocyjna w internecie branży biotechnologii i farmaceutyków, indywidualnie dobrana do potrzeb poszczególnych rynków;



- prowadzenie strony internetowej programu na subportalu [trade.gov.pl](http://trade.gov.pl) oraz aktywność na portalach społecznościowych;
- reklama w katalogu targowym;
- publikacje PR na portalach internetowych na danym rynku.