

2017

## Program Operacyjny Inteligentny Rozwój 2014-2020

Oś priorytetowa III: Wsparcie innowacji w przedsiębiorstwach

Działanie 3.3: Wsparcie promocji oraz internacjonalizacji innowacyjnych przedsiębiorstw

### **Cel i zakres poddziałania 3.3.3 POIR „Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand” oraz warunki uzyskania dofinansowania**





**Polska**



## **CEL PODDZIAŁANIA 3.3.3 POIR**

**Celem realizacji poddziałania jest udzielenie wsparcia przedsiębiorcom uczestniczącym w programach promocji, w celu promowania polskich marek produktowych oraz promowania Marki Polskiej Gospodarki.**

**Wsparcie będzie ukierunkowane przede wszystkim na branże o wysokim potencjale konkurencyjnym i innowacyjnym oraz na wybrane priorytetowe rynki zagraniczne.**



# NABÓR nr 3/2017

**III konkurs w 2017 roku**

Ogłoszenie konkursu: **10 stycznia 2017 r.**

Nabór wniosków o dofinansowanie:  
od **10 lutego 2017 r.** do **13 marca 2017 r.**

Alokacja na konkurs: **200 mln zł**



**Kwota środków przeznaczonych na dofinansowanie projektów**

zlokalizowanych w województwie  
**mazowieckim wynosi 20 mln zł**

zlokalizowanych w województwach **innych niż mazowieckie** wynosi **180 mln zł**

# PODSTAWA PROWADZENIA NABORU

## Regulamin konkursu wraz z załącznikami określa:

- przedmiot konkursu i cel poddziałania
- zasady finansowania projektów, w tym intensywność dofinansowania oraz rodzaje i limity dot. kosztów kwalifikowalnych
- zasady składania wniosków o dofinansowanie
- zasady oceny projektów
- procedurę odwoławczą
- warunki zawarcia umowy o dofinansowanie
- kryteria wyboru projektów
- wzory dokumentów tj.: wniosek, instrukcja, oświadczenie o złożeniu wniosku, umowa, lista dokumentów wymaganych przed podpisaniem umowy.



# PROGRAMY PROMOCJI

**Polska**

**Branżowe programy promocji (BPP)**

**Programy promocji o charakterze ogólnym  
na wskazanych rynkach  
perspektywicznych (PPO)**

# PODMIOTY UPRAWNIONE

## PRZEDSIĘBIORCY

prowadzący działalność gospodarczą **na terytorium RP**

posiadający **status MŚP**

**niepodlegający wykluczeniu** z ubiegania się o wsparcie

prowadzący **działalność gospodarczą** określoną w programie promocji

posiadający **produkt konkurencyjny** względem produktów z tej samej branży występujących na rynku międzynarodowym

# PODMIOTY UPRAWNIONE

## PRZEDSIĘBIORCY

prowadzący **działalność eksportową** w okresie 2 ostatnich lat

prowadzący **działalność B+R** lub wdrażający wyniki prac B+R w okresie 3 ostatnich lat

posiadający **produkt cechujący się wysokim stopniem nasycenia wiedzą** (klasyfikacja EUROSTAT - na podstawie rodzajów działalności)

posiadający **produkt, który uzyskał certyfikat lub świadectwo** dotyczące pochodzenia produktu w ujęciu geograficznym lub branżowym

produkt w zasadniczej części jest **wytwarzany na terenie Rzeczypospolitej Polskiej**

# PROJEKTY PODLEGAJĄCE DOFINANSOWANIU (1)

## PROJEKTY

zgodne z **zakresem** poddziałania oraz programem promocji

zgodne (posiadające co najmniej neutralny wpływ) z **zasadami horyzontalnymi** - art. 7 i 8 rozporządzenia 1303/2013

dotyczące rodzajów **działalności niewykluczonych** z możliwości uzyskania wsparcia i zgodnych z programem promocji

realizowane w **okresie** zgodnym z zasadami poddziałania oraz programem promocji



## PROJEKTY PODLEGAJĄCE DOFINANSOWANIU (2)

### OKRES REALIZACJI PROJEKTU

musi się mieścić w ramach **czasowych poddziałania**  
oraz  
być zgodny z ramami **czasowymi programu promocji**

może rozpocząć się dopiero **po dniu złożenia wniosku o dofinansowanie**

WYJĄTEK: za rozpoczęcie prac nie uważa się poniesienia kosztów: rezerwacji miejsca wystawowego na targach , opłaty rejestracyjnej za udział w targach, wpisu do katalogu targowego - **poniesione nie wcześniej niż 12 miesięcy przed dniem złożenia wniosku o dofinansowanie**

# WYDATKI KWALIFIKOWALNE

## MAKSYMALNA WARTOŚĆ KOSZTÓW KWALIFIKOWALNYCH

dla branżowego programu promocji – **1 mln PLN**

w ramach wniosku można wybrać **tylko jeden** branżowy program promocji

dla programu promocji o charakterze ogólnym – **500 tys. PLN**

w ramach wniosku można wybrać więcej niż **jeden** program promocji

w przypadku wyboru **co najmniej dwóch** programów promocji – **1 mln PLN**

w przypadku wyboru we wniosku o dofinansowanie branżowego programu promocji i programu/programów promocji o charakterze ogólnym – **1 mln PLN**

# INTENSYWNOŚĆ DOFINANSOWANIA

## MAKSYMALNA INTENSYWNOŚĆ DOFINANSOWANIA

☐ pomoc publiczna –  
do **50%** wartości  
kosztów  
kwalifikowalnych

☐ pomoc de minimis:

- do **60% dla średniego**
- do **75% dla małego**
- do **80% dla mikro z woj. mazowieckiego**
- do **85% dla pozostałych mikro**

☐ w przypadku wyboru pomocy publicznej i pomocy de minimis –  
do **50%** wartości kosztów kwalifikowalnych

# WYDATKI KWALIFIKOWALNE

## Pomoc publiczna:

- koszty wynajmu, budowy i obsługi stoiska wystawowego podczas uczestnictwa MŚP w targach lub wystawie, w tym koszt zakupu zindywidualizowanych elementów zabudowy stoiska.



## Pomoc *de minimis*:

- wydatki związane z udziałem w targach, imprezach okołotargowych, misjach gospodarczych wraz z kosztami związanymi z doradztwem/szkoleniami objętych zakresem programu promocji
- katalog określa Regulamin konkursu.



# BRANŻOWE PROGRAMY PROMOCJI (1)

**Branże, dla których realizowane są programy promocji:**

## **NOWE:**

- biotechnologia i farmaceutyka,
- budowa i wykańczanie budowli,
- części samochodowe i lotnicze,
- maszyny i urządzenia,
- MODA POLSKA

## **DOTYCHCZASOWE:**

- \*IT/ICT
- \*jachty i łodzie rekreacyjne
- \*kosmetyczna
- \*meblarska
- \*polskie specjalności żywnościowe
- \*usług prozdrowotnych
- \*sprzęt medyczny

## BRANŻOWE PROGRAMY PROMOCJI (2)

### ☐ Zasady udzielania wsparcia na udział w programie:

- program skierowany jest do mikro, małych i średnich przedsiębiorców, którzy prowadzą działalność gospodarczą w ramach przynajmniej jednej kategorii działalności (PKD) zgodnej z branżą, dla której realizowane są programy promocji.
- termin realizacji programu:  
**10 lutego 2017 r. – 31 grudnia 2019 r.**
- maksymalna łączna wartość wydatków kwalifikowalnych objętych wsparciem finansowym nie może przekroczyć **1 mln zł**

**DZIAŁANIA PROMOCYJNE MUSZĄ BYĆ ZGODNE Z  
PROGRAMEM AKTUALNYM NA DZIEŃ ZŁOŻENIA  
WNIOSKU O DOFINANSOWANIE**

## BRANŻOWE PROGRAMY PROMOCJI (3)

### ☐ Zakres działań obligatoryjnych/obowiązkowych w programie:

- wybór przynajmniej jednego (1) pozaunijnego rynku perspektywicznego, zgodnego ze strategią ekspansji firmy i wymienionego w programie
- udział w charakterze wystawcy w określonej w programie liczbie targów, w tym targów, na których będzie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne
- zakup przynajmniej jednej usługi doradczej w zakresie przygotowania do wejścia na wybrane rynki perspektywiczne
- udział w określonej w programie liczbie działań fakultatywnych/nieobowiązkowych na rynku perspektywicznym
- rejestracja i weryfikacja na Portalu Promocji Eksportu ([www.trade.gov.pl](http://www.trade.gov.pl)) do dnia złożenia wniosku o dofinansowanie

## BRANŻOWE PROGRAMY PROMOCJI (4)

- ❑ **Zakres działań fakultatywnych/nieobowiązkowych, których wymagana ilość jest wskazana w programie:**
  - zakup jednej (1) usługi szkoleniowej w zakresie umiędzynarodowienia przedsiębiorcy na rynku perspektywicznym;
  - udziału w określonej w programie liczbie grupowych wyjazdowych misji gospodarczych
  - zorganizowanie określonej w programie liczby przyjazdowych wizyt studyjnych
  - zorganizowanie określonej w programie liczby indywidualnych misji gospodarczych
  - udział w określonej w programie liczbie kongresów, wystaw, seminariów (jeśli dotyczy).



# BRANŻOWE PROGRAMY PROMOCJI (5)

- ❑ **Działania fakultatywne/nieobowiązkowe uzupełniające informacyjno – promocyjne w zakresie:**
  - nabycia lub wytworzenia oraz instalacji elementów dekoracyjnych uwzględniających założenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki tj. panelu promocyjnego MPG
  - nabycia lub wytworzenia oraz dystrybucji materiałów informacyjno-promocyjnych takich jak gadżety, materiały drukowane np. foldery, ulotki, wizytówki
  - przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych w mediach tradycyjnych, elektronicznych, cyfrowych
  - przygotowania lub tłumaczenia strony internetowej wnioskodawcy
  - produkcji i emisji spotów i filmów informacyjno-promocyjnych

# PROGRAMY PROMOCJI NA RYNKACH PERSPEKTYWICZNYCH (1)

## ☐ Wybrane rynki perspektywiczne:

- Algieria
- Indie
- Iran
- Meksyk
- Wietnam

# PROGRAMY PROMOCJI NA RYNKACH PERSPEKTYWICZNYCH (2)

- ❑ **Zasady udzielania wsparcia na udział w programie:**
  - program skierowany jest do mikro, małych i średnich przedsiębiorców, którzy prowadzą działalność gospodarczą o profilu zgodnym z tematyką targów, w których chcą wziąć udział
  - termin realizacji programu:  
**10 lutego 2017 r. – 31 grudnia 2019 r.**
  - maksymalna łączna wartość wydatków kwalifikowalnych objętych wsparciem finansowym nie może przekroczyć **500 000,00 zł** w przypadku wyboru jednego programu promocji

**DZIAŁANIA PROMOCYJNE MUSZĄ BYĆ ZGODNE Z  
PROGRAMEM AKTUALNYM NA DZIEŃ ZŁOŻENIA  
WNIOSKU O DOFINANSOWANIE**

# PROGRAMY PROMOCJI NA RYNKACH PERSPEKTYWICZNYCH (3)

- ❑ Zakres działań obligatoryjnych/obowiązkowych w programie (1):
  - udział w określonej w programie liczbie targów, w zależności od branży, w tym liczbie targów, na których będzie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne

**lub**

- udział w określonej w programie liczbie targów, na których NIE będzie organizowane narodowe stanowisko informacyjne

# PROGRAMY PROMOCJI NA RYNKACH PERSPEKTYWICZNYCH (4)

- ❑ **Zakres działań obligatoryjnych/obowiązkowych w programie (2):**
  - zakup przynajmniej jednej usługi doradczej w zakresie przygotowania wejścia na dany rynek perspektywiczny
  - udział w określonej w programie liczbie grupowych wyjazdowych misji gospodarczych
  - udział w określonej w programie liczbie działań fakultatywnych
  - udział w seminarium informacyjnym zorganizowanym w Polsce dotyczącym realiów prowadzenia biznesu na danym rynku;
  - rejestracja i weryfikacja na Portalu Promocji Eksportu ([www.trade.gov.pl](http://www.trade.gov.pl)) do dnia złożenia wniosku o dofinansowanie

## PROGRAMY PROMOCJI NA RYNKACH PERSPEKTYWICZNYCH (5)

- ❑ **Zakres działań fakultatywnych/nieobowiązkowych, których wymagana ilość jest wskazana w programie:**
  - zorganizowanie określonej w programie liczby przyjazdowych misji gospodarczych (wizyt studyjnych);
  - udział w konferencji inwestycyjnej wskazanej w danym programie promocji na danym rynku perspektywicznego (jeśli dotyczy)
  - zorganizowanie określonej w programie liczby indywidualnych misji gospodarczych (jeśli dotyczy);

# PROGRAMY PROMOCJI NA RYNKACH PERSPEKTYWICZNYCH (6)

- ❑ **Działania fakultatywne/nieobowiązkowe uzupełniające informacyjno – promocyjne w zakresie:**
  - nabycia lub wytworzenia oraz instalacji elementów dekoracyjnych uwzględniających założenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki tj. panelu promocyjnego MPG
  - nabycia lub wytworzenia oraz dystrybucji materiałów informacyjno-promocyjnych takich jak gadżety, materiały drukowane np. foldery, ulotki, wizytówki
  - przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych w mediach tradycyjnych, elektronicznych, cyfrowych
  - przygotowania lub tłumaczenia strony internetowej wnioskodawcy;
  - produkcji i emisji spotów i filmów informacyjno-promocyjnych.

# PROGRAMY PROMOCJI NA RYNKACH PERSPEKTYWICZNYCH (7)

- ❑ **Działania ogólne promujące polską gospodarkę na danym rynku perspektywicznym:**
  - organizacja wizyt studyjnych dla zagranicznych kontrahentów i dziennikarzy
  - dostęp do informacji na temat danego rynku i pomoc w poszukiwaniu partnerów handlowych
  - reklamy i publikacje w prasie zagranicznej, w tym branżowej oraz w internecie i w mediach społecznościowych
  - organizacja na wybranych targach narodowych stoisk informacyjno – promocyjnych służących wsparciem dla innych obecnych tam polskich przedsiębiorców



# WYDATKI KWALIFIKOWALNE (1)

## GŁÓWNE RODZAJE WYDATKOW:

- ❖ **koszty wynajmu, budowy i obsługi stoiska wystawowego podczas uczestnictwa MŚP w danych targach lub danej wystawie** (pomoc publiczna – rozdział 11 rozporządzenia POIR; rozporządzenie Komisji (UE) nr 651/2014)

alternatywnie

- ❖ **koszty organizacji stoiska wystawowego na targach lub wystawie** (pomoc de minimis – rozdział 13 rozporządzenia POIR; rozporządzenie Komisji (UE) nr 1407/2013)



## WYDATKI KWALIFIKOWALNE (2)

Do kosztów kwalifikowalnych zalicza się koszty (1):

- ❖ **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
- ❖ **transportu i ubezpieczenia osób i eksponatów w związku z udziałem w targach i misjach gospodarczych, w tym odprawy celnej**



## WYDATKI KWALIFIKOWALNE (3)

Do kosztów kwalifikowalnych zalicza się koszty (2):

- ❖ rezerwacji miejsca wystawowego na targach, opłaty rejestracyjnej za udział w targach oraz wpisu do katalogu targowego, poniesione nie wcześniej niż 12 miesięcy przed dniem złożenia wniosku o dofinansowanie
- ❖ reklamy w mediach targowych
- ❖ udziału w seminariach, kongresach i konferencjach (jeśli przewiduje to program promocji)
- ❖ organizacji pokazów, prezentacji i degustacji produktów w zakresie promocji marki produktowej
- ❖ informacyjno-promocyjne projektu



## WYDATKI KWALIFIKOWALNE (4)

Do kosztów kwalifikowalnych zalicza się koszty (3):

- ❖ koszty usługi doradczej dotyczącej umiędzynarodowienia przedsiębiorcy na wybrany rynek perspektywiczny
- ❖ koszty udziału w seminariach, kongresach i konferencjach (jeśli przewiduje program promocji)
- ❖ koszty szkolenia w zakresie umiędzynarodowienia przedsiębiorcy – tylko jedno szkolenie
- ❖ koszty ustanowienia i utrzymania zabezpieczenia dla zaliczki wypłaconej na rzecz MŚP



# WYDATKI KWALIFIKOWALNE - LIMITY (1)

koszty usługi doradczej dotyczącej  
umiędzynarodowienia  
przedsiębiorcy

koszty szkolenia w zakresie  
umiędzynarodowienia  
przedsiębiorcy

**<= 5%**

wartości kosztów  
kwalifikowalnych



**<= 2%**

wartości kosztów  
kwalifikowalnych

Muszą dotyczyć **programów promocji**

## WYDATKI KWALIFIKOWALNE - LIMITY (2)

koszty podróży  
służbowych  
pracowników  
przedsiębiorcy



koszty transportu  
i ubezpieczenia  
osób i eksponatów



**$\leq 60\%$  wartości kosztów kwalifikowalnych projektu.**



# DZIAŁANIA PROMOCYJNE - TARGI

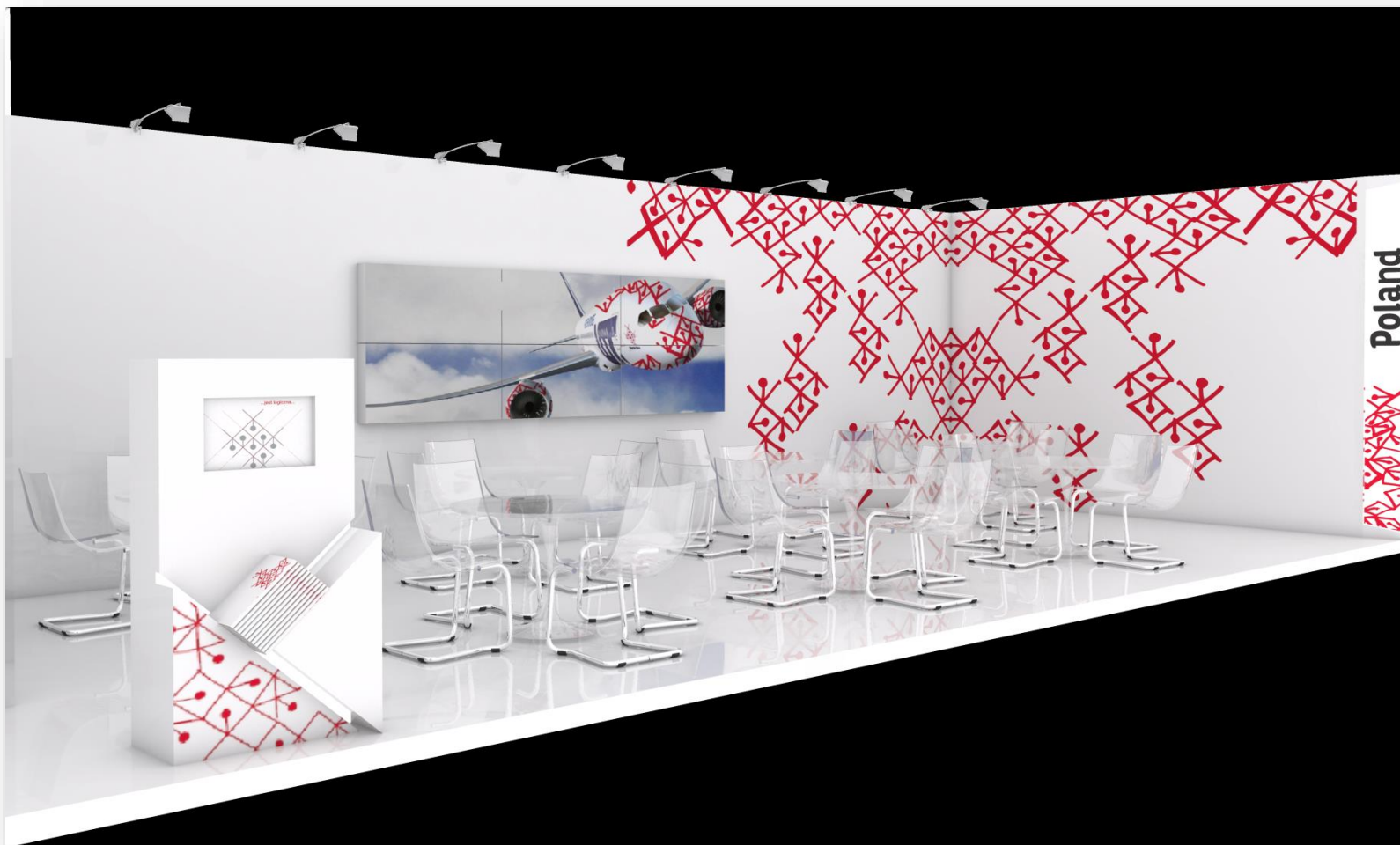
## UDZIAŁ W TARGACH ELEMENTY SKŁADOWE

działania związane z organizacją i przeprowadzeniem udziału wnioskodawcy w imprezie targowo-wystawienniczej w charakterze wystawcy

organizacja i udział w spotkaniach z kontrahentami lub potencjalnymi kontrahentami, w tym w spotkaniach B2B i spotkaniach matchmakingowych

organizacja dla kontrahentów lub potencjalnych kontrahentów pokazów, prezentacji i degustacji produktów

# PRZYKŁADOWA ARANŻACJA NARODOWEGO STOISKA INFORMACYJNEGO





# DZIAŁANIA PROMOCYJNE - WYJAZDOWE MISJE GOSPODARCZE

## UDZIAŁ W MISJACH ELEMENTY SKŁADOWE

organizacja i udział w spotkaniach z kontrahentami, w tym w spotkaniach B2B i spotkaniach matchmakingowych

wizyty w przedsiębiorstwach kontrahentów lub potencjalnych kontrahentów

wizyty w roli zwiedzającego na imprezach targowo-wystawienniczych

organizacja dla kontrahentów pokazów, prezentacji i degustacji produktów

organizacja i udział w spotkaniach z przedstawicielami instytucji i organizacji branżowych

organizacja i udział w spotkaniach z dziennikarzami

# DZIAŁANIA PROMOCYJNE - PRZYJAZDOWE MISJE GOSPODARCZE

## ORGANIZACJA MISJI ELEMENTY SKŁADOWE

organizacja dla uczestników misji przyjazdowej pokazów, prezentacji i degustacji produktów

organizacja i przeprowadzenie wizyt w przedsiębiorstwie wnioskodawcy dla uczestników misji przyjazdowej

organizacja i przeprowadzenie wizyt studyjnych dla dealerów, kontrahentów lub dziennikarzy

# DZIAŁANIA PROMOCYJNE - SEMINARIA, KONGRESY, KONFERENCJE

## UDZIAŁ W SEMINARIACH, KONGRESACH I KONFERENCJACH ELEMENTY SKŁADOWE

działania związane z organizacją i przeprowadzeniem udziału wnioskodawcy w seminarium, kongresie lub konferencji

organizacja i udział w spotkaniach z kontrahentami lub potencjalnymi kontrahentami, w tym w spotkaniach B2B i spotkaniach matchmakingowych

organizacja dla kontrahentów lub potencjalnych kontrahentów pokazów, prezentacji i degustacji produktów

# NABÓR nr 3/2017

## III konkurs w 2017 roku

Ogłoszenie konkursu: **10 stycznia 2017 r.**

Nabór: **10 lutego – 13 marca 2017 r.**

### Programy promocji:

- 7 dotychczasowych branżowych programów promocji
- 5 nowych programów promocji dla branż: biotechnologii i farmaceutyki, budowlana i wykańczania budowli, części samochodowych i lotniczych, maszyn i urządzeń i moda polska
- 5 nowych rynków perspektywicznych: Algieria, Indie, Iran, Meksyk, Wietnam

# SKŁADANIE WNIOSKU O DOFINANSOWANIE

**złożenie wniosku**  
w Generatorze Wniosków  
dostępnym na stronie internetowej PARP  
w terminie trwania naboru



**formalne potwierdzenie złożenia wniosku**  
w ciągu 2 dni roboczych od dnia złożenia wniosku  
skan oświadczenia załączony w Generatorze Wniosków  
oryginał oświadczenia jest przesyłany do PARP

# ETAPY OCENY WNIOSKU O DOFINANSOWANIE

## Ocena formalna:

- dokonywana w oparciu o kryteria formalne
- w ciągu 30 dni od dnia zamknięcia naboru wniosków

## Ocena merytoryczna:

- dokonywana w oparciu o kryteria merytoryczne
- w ciągu 30 dni od dnia opublikowania listy projektów spełniających kryteria formalne i zakwalifikowanych do oceny merytorycznej

## Rozstrzygnięcie konkursu:

- w terminie 3 miesięcy od dnia zamknięcia naboru wniosków o dofinansowanie
- następuje w wyniku zatwierdzenia listy ocenionych projektów z przyznanymi ocenami i wyróżnieniem projektów wybranych do dofinansowania

**Polska**



# KRYTERIA FORMALNE (1)

## WNIOSKODAWCA - ocena TAK/NIE



- ✓ wnioskodawca nie podlega wykluczeniu z ubiegania się o dofinansowanie

✓ wnioskodawca jest zarejestrowany i prowadzi działalność na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej

✓ kwalifikowalność wnioskodawcy w ramach poddziałania (status MŚP)



## KRYTERIA FORMALNE (2)

### PROJEKT - ocena TAK/NIE

- ✓ **realizacja projektu** mieści się w ramach czasowych PO IR i wybranego programu promocji
- ✓ **przedmiot projektu** nie dotyczy rodzajów działalności wykluczonych z możliwości uzyskania wsparcia
- ✓ **projekt zostanie rozpoczęty** po dniu złożenia wniosku o dofinansowanie, przy czym jako rozpoczęcie projektu nie jest traktowana rezerwacja miejsca wystawowego, opłata rejestracyjna oraz wpis do katalogu targowego (poniesione nie wcześniej niż 12 miesięcy przed złożeniem wniosku)
- ✓ **wnioskowana kwota wsparcia** jest zgodna z zasadami finansowania projektów obowiązującymi dla poddziałania określonej w regulaminie danego konkursu, jednak nie więcej niż 1 000 000 zł
- ✓ **projekt jest zgodny z zasadami horyzontalnymi** wymienionymi w *zakresie zasady równości szans i niedyskryminacji oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn*



## KRYTERIA FORMALNE (3)

### SPECYFICZNE - ocena TAK/NIE



✓ projekt zakłada realizację działań wymaganych w wybranym programie promocji

✓ przedmiot projektu dotyczy rodzajów działalności określonych w wybranym programie promocji



# KRYTERIA MERYTORYCZNE (1)

## KONIECZNE DO SPEŁNIENIA – ocena pkt 0; 1;

- ✓ projekt jest zgodny z zakresem i celem działania, a cel projektu jest uzasadniony i racjonalny
- ✓ wydatki kwalifikowalne są uzasadnione i racjonalne
- ✓ wskaźniki projektu są obiektywnie weryfikowalne, odzwierciedlają założone cele projektu, adekwatne do projektu



- ✓ produkt będący przedmiotem eksportu jest konkurencyjny względem produktów z tej samej branży występujących na rynku międzynarodowym

## KRYTERIA MERYTORYCZNE (2)

### FAKULTATYWNE - ocena pkt 0; 1;

- ✓ **wnioskodawca prowadził samodzielną działalność badawczo-rozwojową w okresie 3 lat poprzedzających rok złożenia wniosku o dofinansowanie**

lub

**wdrażał wyniki przeprowadzonych samodzielnie, zleconych**

lub

**zakupionych prac badawczo-rozwojowych zakończonych nie wcześniej niż 3 lata przed złożeniem wniosku o dofinansowanie**



# KRYTERIA MERYTORYCZNE (3)

## FAKULTATYWNE - ocena pkt 0; 1; 2;

- ✓ na dzień składania wniosku o dofinansowanie wnioskodawca prowadzi działalność eksportową
  - przez co najmniej **2** ostatnie zamknięte lata obrachunkowe i w każdym roku udział przychodów z eksportu wynosi:
    - co najmniej **25%** - 2 pkt
    - mniej niż **25%** i co najmniej **10%** - 1 pkt
  - działalność eksportowa **krócej niż przez 2** ostatnie zamknięte lata obrachunkowe lub wartość eksportu **poniżej 10%** – 0 punktów



# KRYTERIA MERYTORYCZNE (4)

## FAKULTATYWNE – ocena pkt 0; 1;

- ✓ produkty będące przedmiotem eksportu cechuje wysoki stopień nasycenia wiedzą zgodnie z klasyfikacją technologii według EUROSTAT na podstawie rodzajów działalności wytwórczej i usługowej
  - produkt będący przedmiotem eksportu zalicza się do technologii z zakresu średnio-wysokich lub do zaawansowanych technologicznie i wiedzochłonnych usług – 1 punkt
  - do żadnej z powyższych – 0 punktów





## KRYTERIA MERYTORYCZNE (4)

### FAKULTATYWNE – ocena pkt 0; 2;

- ✓ **produkt uzyskał certyfikat lub świadectwo dotyczące pochodzenia produktu w ujęciu geograficznym lub branżowym**
  - produkt uzyskał certyfikat lub świadectwo dotyczące pochodzenia produktu – 2 pkt.

Kryterium odnosi się do dokumentów, które wskazują na wykorzystanie w produkcji dóbr kultury narodowej zlokalizowanych w RP lub specyficznych walorów przyrodniczo-środowiskowych określonych regionów RP, poprzez co wskazują na pochodzenie produktu w ujęciu geograficznym lub branżowym



# KRYTERIA MERYTORYCZNE (5)

## FAKULTATYWNE - ocena pkt 0; 2;

### ✓ Produkt w zasadniczej części jest wytwarzany na terenie Rzeczypospolitej Polskiej

Wymagane jest spełnienie co najmniej 1 warunku:

- zakład produkcyjny/usługowy, (...) znajduje się na terytorium RP (bądź końcowy wyrób powstaje na terenie RP);
- produkt (...)/usługa (...) na terytorium RP lub w przypadku usług zdalnych/automatycznych – za pomocą środków technicznych obsługiwanych przez osoby zatrudnione na terytorium RP
- produkt jest wytwarzany /usługa jest świadczona w oparciu o wykorzystywany przez Wnioskodawcę patent, w którego opracowaniu brała udział uczelnia wyższa bądź instytut badawczy zlokalizowany na terenie RP



# KRYTERIUM ROZSTRYGAJĄCE

## Liczba zamkniętych lat obrachunkowych, w trakcie których Wnioskodawca prowadził działalność eksportową

- ✓ określana na podstawie dokumentacji potwierdzającej prowadzenie działalności eksportowej tj. dokumentacji księgowej oraz sprawozdań finansowych
- ✓ pierwszeństwo na liście rankingowej otrzymują projekty, których wnioskodawcy dłużej tj. przez większą liczbę zamkniętych lat obrachunkowych prowadzili działalność eksportową



# OSTATECZNA OCENA PROJEKTU

## Projekt wybrany do dofinansowania:

- spełnia kryteria wyboru i uzyskał wymaganą liczbę punktów
- kwoty środków przeznaczonych na dofinansowanie w woj. mazowieckim lub w innych województwach pozwalają na jego dofinansowanie

Zasady  
punktacji  
projektów

## Łączna maksymalna punktacja i punktacja dopuszczająca do dofinansowania:

- Na ocenie punktowej można uzyskać maksymalnie **12 pkt.**
- do uzyskania dofinansowanie należy uzyskać łącznie co najmniej **7 pkt.**

# PODPISANIE UMOWY O DOFINANSOWANIE

## PRZESŁANKI

projekt został umieszczony na zatwierdzonej liście projektów  
wybranych do dofinansowania

wnioskodawca dostarczył w terminie wszystkie dokumenty,  
do których był wzywany (załącznik nr 6 do Regulaminu konkursu)

weryfikacja dokumentów nie wskazuje na brak prawnej  
możliwości zawarcia umowy o dofinansowanie projektu

projekt spełnia wszystkie kryteria,  
na podstawie których został wybrany do dofinansowania

# BŁĘDY Z NABORU nr 1/2016

## Najczęstsze błędy na etapie oceny formalnej:

- brak zgodności z programem promocji,
- nieodpowiednia % intensywność wsparcia.

## Najczęstsze błędy na etapie oceny merytorycznej:

- ogólny opis przewag konkurencyjnych produktu;
- brak lub niewystarczająca kalkulacja dla przedstawianych kosztów, niepoprawna klasyfikacja kosztów;
- niepoprawnie określone wartości dla wskaźników produktu, niespójność wskaźników z zakresem rzeczowo-finansowym projektu.



Szczegółowe informacje → [www.poir.parp.gov.pl](http://www.poir.parp.gov.pl)

Odwiedź i zarejestruj się!

Portal Promocji Eksportu → [www.trade.gov.pl](http://www.trade.gov.pl)



Dowiedz się w Centrum pomocy PARP!

Formularz kontaktowy → [www.poir.parp.gov.pl](http://www.poir.parp.gov.pl)

Informatorium:

- adres poczty elektronicznej: [info@parp.gov.pl](mailto:info@parp.gov.pl)
- telefon numer 22 432 89 91 (92, 93)

