



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.

06.12.2023

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. (do godz. 16.00)

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

■ 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.

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

- **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.

- 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.**

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

- 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

■ 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 Umieędzynarodowienie 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

06.12.2023

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

06.12.2023

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 | <ol style="list-style-type: none">1. MEDICA, Düsseldorf (Niemcy) 20242. MEDTEC JAPAN, Tokio (Japonia) 20253. MEDICA, Düsseldorf (Niemcy) 20254. Arab Health, Dubaj (ZEA) 20265. MEDICA, Düsseldorf (Niemcy) 20266. Africa Health, Johannesburg (RPA) 20277. MEDICA, Düsseldorf (Niemcy) 20278. Arab Health, Dubaj (ZEA) 20289. Arab Health, Dubaj (ZEA) 2029 |
| 2. | Sektor budowy i wykańczania budowli | PARP | <ol style="list-style-type: none">1. Nordbygg, Sztokholm (Szwecja) 20242. Big 5 Global, Dubaj (ZEA) 20243. Japan Build, Osaka (Japonia) 20254. IBS, Orlando (USA) 20265. Batimat, Paryż (Francja) 20266. Big 5 Global, Dubaj (ZEA) 20277. Nordbygg, Sztokholm (Szwecja) 20288. Batimat, Paryż (Francja) 20289. The Big 5 Construct Egypt, Kair (Egipt) 2029 |

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

06.12.2023

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)

Okres realizacji projektu nie może wykraczać poza końcową datę okresu kwalifikowalności wydatków w ramach FENG (31.12.2029 r.)

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

■ 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.

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

■ 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

Definicja pracownika, którego koszty podróży służbowych mogą być kwalifikowane:

Za **pracownika** uznaje się osobę zatrudnioną na umowę o pracę oraz osobę prowadzącą jednoosobową działalność gospodarczą będącą wnioskodawcą lub osobę współpracującą w rozumieniu ustawy o systemie ubezpieczeń społecznych z wnioskodawcą będącym osobą fizyczną prowadzącą działalność gospodarczą.

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)

Działanie FENG.02.25 Promocja marki innowacyjnych MŚP

06.12.2023

- **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 informację 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.

POIR- FENG

06.12.2023

porównanie działań

| | POIR 3.3.3 | FENG 02.25 |
|---------------------------------|--|--|
| Działania promocyjne | <ul style="list-style-type: none">- 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) | <ul style="list-style-type: none">- 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.

06.12.2023

| | 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 |

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