

Program promocji branży IT/ICT- informacja dla przedsiębiorców – wersja X z dnia 27.02.2018 r.

I. Informacje o programie promocji.

Program promocji branży IT/ICT 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 IT/ICT. Program promocji przygotowany został w taki sposób, aby zapewnić komplementarność działań podejmowanych na rzecz promocji polskich produktów i usług IT/ICT.

II. Adresaci programu promocji.

1. Program skierowany jest do Mikro, Małych i Średnich przedsiębiorców¹ promujących markę produktową przedsiębiorcy, którzy prowadzą działalność gospodarczą w ramach przynajmniej jednej z poniższych kategorii działalności (PKD 2007)²:
 - a) 26.1 – produkcja elektronicznych elementów i obwodów drukowanych
 - b) 26.2 – produkcja komputerów i urządzeń peryferyjnych
 - c) 26.3 – produkcja sprzętu
 - d) 26.4 – produkcja elektronicznego sprzętu powszechnego użytku
 - e) 26.8 – produkcja magnetycznych i optycznych niezapisanych nośników informacji
 - f) 58.2 – działalność wydawnicza w zakresie oprogramowania
 - g) 62.0 – działalność związana z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalność powiązana
 - h) 63.1 – przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi.
2. Termin realizacji programu – 1marca 2018 r. – 31 grudnia 2019 r.

¹ Definicja Małego i Średniego przedsiębiorcy jest określona w załączniku nr I do rozporządzenia KE nr 651/2014.

² 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.).

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 perspektywicznych, który będzie zgodny ze strategią ekspansji firmy:
 - a) Brazylia,
 - b) Japonia,
 - c) Korea Południowa,
 - d) Stany Zjednoczone Ameryki Północnej (USA),
 - e) Iran,
 - f) Izrael,
 - g) Zjednoczone Emiraty Arabskie (ZEA).
2. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, zobowiązany jest do wzięcia udziału w charakterze wystawcy w przynajmniej czterech (4) działaniach targowych, o których mowa poniżej, przy czym przynajmniej dwa (2) z tych działań stanowić powinny imprezy targowe, w ramach których zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne, w tym przynajmniej jedno (1) z tych działań powinno stanowić imprezę targową na rynku wybranym przez przedsiębiorcę z określonych w pkt IV.A.1, w ramach której zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne.

Tabela nr 1. Wykaz targów branżowych organizowanych na rynkach perspektywicznych.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
1.	Futurecom	Rio de Janeiro / Sao Paulo, Brazylia	IV kwartał 2018, IV kwartał 2019	



2.	Brazil Game Show	Sao Paulo, Brazylia	III/IV kwartał 2018 III/IV kwartał 2019	
3.	Rio Info	Rio de Janeiro, Brazylia	III kwartał 2018 III kwartał 2019	
4.	BETT Brasil	Sao Paulo, Brazylia	II kwartał 2018 II kwartał 2019	
5.	Japan IT Week (edycja wiosenna i jesienna)	Tokio, Japonia	II kwartał 2018, IV kwartał 2018 II kwartał 2019 IV kwartał 2019	II kwartał 2018 – organizacja 50 m ² stoiska promocyjno - informacyjnego polskiej branży IT/ICT
6.	Tokyo Game Show	Tokio, Japonia	III kwartał 2018 III kwartał 2019	
7.	3D & Virtual reality Expo (IVR)	Tokio, Japonia	II kwartał 2018; II kwartał 2019	
8.	CEATEC Japan	Chiba, Japonia	IV kwartał 2018 IV kwartał 2019	
9.	INTEROP Tokyo	Chiba, Japonia	II kwartał 2018, II kwartał 2019	
10.	Gitex Technology	Dubaj, Zjednoczone Emiraty Arabskie	IV kwartał 2018, IV kwartał 2019	IV kwartał 2019 – organizacja 50 m ² stoiska promocyjno - informacyjnego polskiej branży IT/ICT
11.	Gitex Shopper	Dubaj, Zjednoczone Emiraty Arabskie	I/II kwartał 2018, I/II kwartał 2019	
12.	IOTX the Big Data Show	Dubaj, Zjednoczone Emiraty Arabskie	I/II kwartał 2018, I/II kwartał 2019	
13.	G-STAR	Pusan, Korea Południowa	IV kwartał 2018, IV kwartał 2019	IV kwartał 2018 – organizacja 50 m ² stoiska promocyjno - informacyjnego polskiej branży IT/ICT
14.	MK SMART TECH SHOW	Seul, Korea Południowa	II kwartał 2018 II kwartał 2019	

15.	World IT Show	Seul, Korea Południowa	II kwartał 2018, II kwartał 2019	
16.	E3	Los Angeles, USA	II kwartał 2018, II kwartał 2019	
17.	Consumer Electronic Show (CES)	Las Vegas, USA	I kwartał 2018, I kwartał 2019	
18.	IoT World	Santa Clara, USA	II kwartał 2018, II kwartał 2019	
19.	PAX West	Seattle, USA	III kwartał 2018, III kwartał 2019	
20.	PAX East	Boston, USA	I/II kwartał 2018, I/II kwartał 2019	
21.	GameStop Expo	Anaheim, USA	III kwartał 2018, III kwartał 2019	
22.	Cloud Expo/Internet of Things Expo	Nowy York, USA	II kwartał 2018, II kwartał 2019	
		Santa Clara, USA	IV kwartał 2018, IV kwartał 2019	
23.	Techcrunch Disrupt	San Francisco, USA	III kwartał 2018, III kwartał 2019	III kwartał 2018 – organizacja 8 m ² stoiska promocyjno - informacyjnego polskiej branży IT/ICT
24.	Casual Connect USA	Seattle, USA	III kwartał 2018, III kwartał 2019	
25.	Game Developers Conference & Expo	San Francisco, USA	I kwartał 2018, I kwartał 2019	
26.	SXSW	Austin, USA	I kwartał 2018, I kwartał 2019	
27.	Precision Farming Expo	USA	IV kwartał 2018, IV kwartał 2019	
28.	Cybertech	Tel Awiw, Izrael	I kwartał 2018, I kwartał 2019	
29.	Casual Connect	Zmienna lokalizacja. Tel Awiw, Izrael lub Belgrad/Serbia.	IV kwartał 2018, IV kwartał 2019	

		Decyzją organizatora edycja 2018 r. – Belgrad/Serbia		
30.	DLD	Tel Awiw, Izrael	III kwartał 2018, III kwartał 2019	III kwartał 2018 oraz III kwartał 2019 – organizacja 16 m ² stoiska promocyjno - informacyjnego polskiej branży IT/ICT
31.	HLS & Cyber	Tel Awiw, Izrael	IV kwartał 2018, IV kwartał 2019	
32.	Mobile Summit	Tel Awiw, Izrael	IV kwartał 2018, IV kwartał 2019	
33.	International ICT & Digital media Exhibition (ITDMEX)	Teheran, Iran	I kwartał 2018, I kwartał 2019	
34.	INOTEX – International Innovation and Technology Exhibition	Teheran, Iran	II kwartał 2018, II kwartał 2019	
35.	International Electronics, consumer Electronics, Computer & E-Commerce Exhibition in Iran (Elecomp)	Teheran, Iran	IV kwartał 2018, IV kwartał 2019	
36.	Iran Telecom	Teheran, Iran	III kwartał 2018, III kwartał 2019	

Tabela nr 2. Wykaz targów branżowych organizowanych na rynkach zagranicznych poza UE.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
1.	EB Games Expo	Sydney, Australia	IV kwartał 2018, IV kwartał 2019	
2.	Casual Connect Asia	Zmienna lokalizacja. Singapur lub Hongkong. Decyzją organizatora edycja 2018 r - Hongkong	II kwartał 2018, II kwartał 2019	

3.	Data Center World Asia/ Cloud Expo Asia	Singapur	IV kwartał 2018, IV kwartał 2019	
4.	Igromir	Moskwa, Rosja	III/IV kwartał 2018, III/IV kwartał 2019	
5.	Data Center World Asia	Hongkong, Chiny	II kwartał 2018, II kwartał 2019	

Tabela nr 3. Wykaz targów branżowych organizowanych na rynkach UE.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
1.	CeBIT	Hanower, Niemcy	II kwartał 2018, II kwartał 2019	
2.	Gamescom	Kolonia, Niemcy	III kwartał 2018, III kwartał 2019	
3.	International Games Week Berlin	Berlin, Niemcy	II kwartał 2018, II kwartał 2019	
4.	International Astronautical congress (IAC)	Brema, Niemcy	III/IV kwartał 2018	
5.	Mobile World Congress	Barcelona, Hiszpania	I kwartał 2018, I kwartał 2019	I kwartał 2018 – organizacja 50 m ² stoiska promocyjno - informacyjnego polskiej branży IT/ICT
6.	Smart City Expo	Barcelona, Hiszpania	IV kwartał 2018, IV kwartał 2019	
7.	Data Centre World/ Cloud Expo Europe/ Smart IoT London/ Cloud Security Expo	Londyn, Wielka Brytania	I/II kwartał 2018 I/II kwartał 2019	
8.	UC EXPO	Londyn, Wielka Brytania	II kwartał 2018, II kwartał 2019	
9.	Service Desk & IT Support Show	Londyn, Wielka Brytania	II kwartał 2018, II kwartał 2019	
10.	Mobile Game Forum London	Londyn, Wielka Brytania	I kwartał 2018, I kwartał 2019	
11.	M2M World Congress	Londyn, Wielka Brytania	II kwartał 2018, II kwartał 2019	
12.	Pioneers Festival	Wiedeń, Austria	II kwartał 2018, II kwartał 2019	II kwartał 2018 oraz II kwartał 2019 – organizacja 8 m ² stoiska promocyjno -

				informacyjnego polskiej branży IT/ICT
13.	Web Summit	Lizbona, Portugalia	IV kwartał 2018, IV kwartał 2019	IV kwartał 2018 – organizacja 16 m ² stoiska promocyjno - informacyjnego polskiej branży IT/ICT IV kwartał 2019 – organizacja 24 m ² stoiska promocyjno - informacyjnego polskiej branży IT/ICT
14.	Slush	Helsinki, Finlandia	IV kwartał 2018, IV kwartał 2019	IV kwartał 2018 oraz IV kwartał 2019 – organizacja 8 m ² stoiska promocyjno - informacyjnego polskiej branży IT/ICT
15.	ESA ISD Industry Space Days	Noordwijk, Holandia	III kwartał 2018	
16.	Photokina	Kolonia, Niemcy	II i III kwartał 2018,2019	

- 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).
Przedsiębiorca może zakupić jedną usługę doradczą niezależnie od liczby wybranych rynków perspektywicznych określonych w pkt. IV.A.1, która może dotyczyć przygotowania wejścia na jeden lub więcej wybranych rynków perspektywicznych.
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.
- 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 dwóch (2) działaniach z pkt. B, przy czym co najmniej 2 działania muszą 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.
- Przedsiębiorca, do dnia złożenia wniosku o dofinansowanie powinien zarejestrować i zweryfikować swoją firmę na [Portal Promocji Eksportu](#).

B. Zakres wymaganych rodzajów działań promocyjnych:

- 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, 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 3 przedsiębiorców, trwającego nie dłużej niż 3 dni na miejscu i być związana z udziałem w międzynarodowym wydarzeniu branżowym, o których mowa w pkt. IV. A.2 tabele 1 i 2.

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 realizatorowi programu promocji w celach informacyjnych.

Wyjazdowa grupowa misja gospodarcza może być zorganizowana samodzielnie przez przedsiębiorcę.

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 realizatorowi 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 IT/ICT, których celem jest prezentacja produktu oraz organizacja pokazu. Misja gospodarcza przyjazdowa może zostać zorganizowana wyłącznie dla dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy bezpośrednio związanych z branżą IT/ICT pochodzących z krajów, o których mowa w pkt IV.A.1³. Misja

³ Przyjmuje się, że:

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 misji⁴.

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 realizatorowi 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 MPG⁵,
- 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 i cyfrowych,
- d) przygotowania lub tłumaczenia strony internetowej wnioskodawcy,
- e) produkcji i emisji spotów i filmów informacyjno-promocyjnych.

Księga wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki w tym panelu promocyjnego MPG dostępne są na [Portal promocyjny Eksportu](#) i stronie [Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii](#) bądź możliwe do pozyskania u realizatora branżowego programu promocji branży IT/ICT, tj. w Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.

V. Działania promocyjne ogólne promujące całą branżę.

1. Operatorem branżowego programu promocji w zakresie realizacji działań ogólnych promujących polską branżę IT/ICT jest Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
2. W ramach działań ogólnych promujących polską branżę IT/ICT zaplanowano:
 - uruchomienie podstron internetowych programu wraz z katalogiem polskich firm IT/ICT,
 - opracowanie raportu w wersji polskiej i angielskiej nt. polskiej branży IT/ICT,
 - organizację na wybranych targach narodowych stoisk informacyjnych służących wsparciu polskich przedsiębiorców obecnych na targach poprzez:

1) kontrahent pochodzi z danego kraju, jeżeli prowadzi działalność na terenie danego kraju lub eksportuje swoje produkty na teren danego kraju;

2) 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).

⁴ 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.

⁵ Panel promocyjny Marki Polskiej Gospodarki stanowi obowiązkowy element stoiska wystawienniczego.



Fundusze Europejskie
Inteligentny Rozwój



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



- możliwość bezpłatnego korzystania z miejsca do odbywania spotkań z kontrahentami;
- możliwość korzystania z usług informacyjnych obsługi narodowego stoiska informacyjno-promocyjnego o zakresie produktów i lokalizacji stoiska firmy;
- możliwość zaprezentowania filmu reklamowego firmy na urządzeniach multimedialnych zainstalowanych na stoisku promocyjno-informacyjnym, po wcześniejszym uzgodnieniu z organizatorem stoiska;
- możliwość zorganizowania pokazu/prezentacji oferty firmy na stoisku informacyjnym, po wcześniejszym uzgodnieniu z organizatorem stoiska.