

Program promocji branży usług prozdrowotnych – informacja dla przedsiębiorców – wersja z dnia 5.12.2018 r.

I. Informacje o Programie promocji

1. Program promocji branży usług prozdrowotnych (zwany dalej „Programem”) opracowany został w ramach poddziałania 3.3.2 „Promocja gospodarki w oparciu o polskie marki produktowe – Marka Polskiej Gospodarki – Brand”, Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 (zwanego dalej „poddziałaniem 3.3.2 POIR).
2. Program, w części finansowanej z poddziałania 3.3.2 POIR, jest realizowany przez Operatora Programu wybranego przez Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii.
3. W ramach poddziałania 3.3.2 POIR przewidziano wdrażanie inicjatyw promujących całą branżę usług prozdrowotnych, w tym organizację narodowych stoisk informacyjno-promocyjnych na kluczowych wydarzeniach branżowych (impresach targowych lub targowo-konferencyjnych). Zakres zaangażowania przedsiębiorców w realizację poddziałania 3.3.2 POIR został określony w punkcie III Programu.
4. Udział mikro, małych i średnich przedsiębiorców¹ (dalej „przedsiębiorcy”) w Programie jest finansowany ze środków poddziałania 3.3.3 „Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand” Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 (zwanego dalej „poddziałaniem 3.3.3 POIR), za którego realizację odpowiada Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (zwana dalej „PARP”).
5. Program skierowany jest do przedsiębiorców promujących markę produktową, którzy prowadzą działalność gospodarczą w ramach przynajmniej jednej z poniższych kategorii działalności (PKD 2007²):
 - a. 79 Działalność organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych oraz pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalności z nią związane:
 - i. 79.1 Działalność agentów i pośredników turystycznych oraz organizatorów turystyki

¹ Definicja mikro, małego i średniego przedsiębiorcy została określona w Załączniku I do Rozporządzenia Komisji (UE) nr 651/2014 z dnia 17 czerwca 2014 r. uznającego niektóre rodzaje pomocy za zgodne z rynkiem wewnętrznym w zastosowaniu art. 107 i 108 Traktatu (Dz. U. UE L nr. 187 z dnia 26.6.2014 r., ze zm.).

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 ze zm.).

- ii. 79.9 Pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalności z nią związane
 - b. 55 Zakwaterowanie:
 - i. 55.1 Hotele i podobne obiekty zakwaterowania
 - ii. 55.2 Obiekty noclegowe turystyczne i miejsca krótkotrwałego zakwaterowania
 - iii. 55.9 Pozostałe zakwaterowanie
 - c. 86 Opieka zdrowotna:
 - i. 86.9 Pozostała działalność w zakresie opieki zdrowotnej
 - ii. 86.10.Z – Działalność szpitali,
 - iii. 86.21.Z – Praktyka lekarska ogólna
 - iv. 86.22.Z – Praktyka lekarska specjalistyczna
 - v. 86.23.Z – Praktyka lekarska dentystryczna
 - vi. 86.90.A Działalność fizjoterapeutyczna
 - vii. 86.90.D Działalność paramedyczna
 - viii. 86.90.E Pozostała działalność w zakresie opieki zdrowotnej, gdzie indziej niesklasyfikowana.
6. Kod PKD działalności powinien być ujawniony – najpóźniej w dniu złożenia do PARP wniosku o dofinansowanie – we właściwym rejestrze (KRS lub CIDG), o których mowa w art. 50a ustawy z dnia 11 lipca 2014 r. o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014-2020³.
7. Termin realizacji Programu: 1 stycznia 2019 r. – 31 grudnia 2022 r.
8. Działania przewidziane Programem mogą być realizowane przez przedsiębiorców, którzy złożą wnioski o dofinansowanie w ramach poddziałania 3.3.3 POIR po 1 stycznia 2019 r.
9. Do działań promocyjnych, które mogą być finansowe przez przedsiębiorców w ramach poddziałania 3.3.3 POIR zalicza się:
 - a) misje wyjazdowe,
 - b) misje przyjazdowe,
 - c) stoiska na imprezach targowych lub targowo-konferencyjnych,
 - d) zakup usługi doradczej,
 - e) dodatkowe działania promocyjne.
10. Szczegółowy opis działań promocyjnych wymienionych w pkt. 9 znajduje się w rozdziale II Programu.
11. Przedsiębiorca jest zobowiązany do realizacji, w ramach Programu, co najmniej 3 działań promocyjnych z listy wskazanej w pkt. 9 (mogą być 3 jednego rodzaju), w tym do realizacji co najmniej jednego działania promocyjnego (misji wyjazdowej lub stoiska) na wydarzeniu odbywającym się poza granicami Rzeczypospolitej Polskiej, na którym przewidziano organizację narodowego stoiska informacyjno-promocyjnego.

³ Dz. U. z 2017 r. poz. 1460, z późn. zm.

12. W ramach Programu zostaną zorganizowane narodowe stoiska informacyjno-promocyjne na następujących wydarzeniach:

Tab. 1. Wykaz wydarzeń z narodowymi stoiskami informacyjno-promocyjnymi

| Nazwa wydarzenia | Miejscowość / kraj | Termin wydarzenia |
|------------------------------------------------------|--------------------|-------------------|
| Arab Health | ZEA | 2020 |
| Kazakhstan International Healthcare Exhibition | Kazachstan | 2020 |
| BIHE Healthcare Exhibition | Azerbejdżan | 2020 |
| Kuwait Medical Tourism | Kuwejt | 2021 |
| ELAJ (International Health & Medical Treatment Expo) | Oman | 2021 |
| Global Health Exhibition | Arabia Saudyjska | 2022 |

13. W ramach realizacji Programu przedsiębiorca jest zobowiązany do realizacji, co najmniej jednego działania promocyjnego na wybranym przez siebie pozaunijnym rynku perspektywicznym, z rynków wymienionych poniżej:
- Azja Południowo-Wschodnia (Japonia, Korea Południowa, państwa Stowarzyszenia Narodów Azji Południowo-Wschodniej ASEAN⁴),
 - Ameryka Północna (Kanada, Stany Zjednoczone Ameryki, Meksyk),
 - Bliski Wschód (Turcja, Iran, Izrael i państwa Zatoki Perskiej),
 - Europa Centralna i Wschodnia (państwa Bałkanów Zachodnich, państwa członkowskie Wspólnoty Niepodległych Państw, Ukraina i Gruzja),
 - państwa BRIC (Brazylia, Rosja, Indie, Chiny, Republika Południowej Afryki).
14. Przedsiębiorca może zrealizować, w ramach programu, więcej niż 3 działania promocyjne z listy określonej w pkt 9.
15. Przedsiębiorca może realizować, w ramach Programu działania promocyjne na więcej niż jednym rynku perspektywicznym, z rynków wskazanych w pkt. 13. Na tym samym rynku perspektywicznym przedsiębiorca może zrealizować ten sam rodzaj działania promocyjnego, z listy określonej w pkt. 9 a) – c), więcej niż raz.
16. Przedsiębiorca może ubiegać się o wsparcie finansowe na pokrycie części kosztów działań promocyjnych objętych Programem, zgodnych z katalogiem kosztów kwalifikowanych wskazanych 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 2014-2020⁵.

⁴ Filipiny, Indonezja, Malezja, Singapur, Tajlandia, Brunei, Wietnam, Laos, Mjanma, Kambodża.

⁵ Obwieszczenie Ministra Inwestycji i Rozwoju z dnia 11 kwietnia 2018 r. w sprawie ogłoszenie jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Infrastruktury i Rozwoju w sprawie udzielenia przez Polską

Maksymalna łączna wartość wydatków kwalifikowanych, objętych wsparciem finansowym, nie może przekroczyć kwoty 1 mln zł.

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

II. Działania promocyjne dla przedsiębiorców

1. Misja wyjazdowa

- 1.1. Misja wyjazdowa ma na celu rozpoznanie rynku i nawiązanie kontaktów biznesowych. Powinna prowadzić do nawiązania lub rozszerzenia współpracy z partnerami gospodarczymi na rynku, na który misja jest organizowana.
- 1.2. Misja wyjazdowa może być połączona z uczestnictwem przedsiębiorcy w wydarzeniu targowym lub targowo-konferencyjnym w charakterze zwiedzającego (w tym w wydarzeniu, na którym jest organizowane narodowe stoisko informacyjno-promocyjne) lub też zostać zorganizowana niezależnie od tego wydarzenia. Misja wyjazdowa, w części finansowanej z poddziałania 3.3.3 PO IR, nie może trwać dłużej niż 3 dni na miejscu.
- 1.3. Program misji przygotowuje przedsiębiorca samodzielnie lub we współpracy z innymi podmiotami. Program misji powinien obejmować organizację co najmniej 3 spotkań biznesowych z udziałem potencjalnych kontrahentów. Ponadto program misji wyjazdowej może obejmować dodatkowe elementy takie jak: udział w imprezie targowej, konferencji branżowej, organizację pokazów, prezentacji oraz wizyt w siedzibach (zakładach produkcyjnych) kontrahentów.
- 1.4. Po zakończeniu misji wyjazdowej przedsiębiorca jest zobowiązany przygotować i przedstawić raport z jej przebiegu zawierający co najmniej: opis zakładanych i osiągniętych celów misji, program (agendę), listę kontrahentów, z którymi zorganizowano spotkania oraz opis innych aktywności podjętych w ramach misji.

2. Misja przyjazdowa

- 2.1. Przedsiębiorca może zorganizować przyjazdową misję gospodarczą (wizytę studyjną) dla potencjalnych i obecnych kontrahentów działających co najmniej na jednym z rynków perspektywicznych (uczestnicy).
- 2.2. Program misji przyjazdowej przygotowuje przedsiębiorca samodzielnie lub we współpracy z innymi podmiotami. Misja przyjazdowa powinna obejmować co najmniej prezentację firmy przedsiębiorcy oraz organizację pokazu lub prezentacji produktów dla uczestników misji.
- 2.3. Program misji przyjazdowej może zakładać realizację innych działań promocyjnych, w tym odwiedzenie przez uczestników stoiska przedsiębiorcy zorganizowanego na krajowej imprezie targowej. Misja przyjazdowa, w części finansowanej z poddziałania 3.3.3 PO IR, nie może trwać dłużej niż 3 dni na miejscu.

- 2.4. Przedsiębiorca organizujący misję przyjazdową jest zobowiązany przygotować i przedstawić raport z jej przebiegu. Raport powinien zawierać, co najmniej: opis zakładanych i osiągniętych celów misji, program misji oraz dane uczestników.

3. Organizacja stoiska na imprezie targowej lub targowo-konferencyjnej

- 3.1. W ramach realizacji Programu przedsiębiorca może zorganizować indywidualne stoisko wystawiennicze na imprezie targowej lub targowo-konferencyjnej (impreza targowa).
- 3.2. Stoisko powinno zostać zorganizowane na imprezie targowej o charakterze b2b oraz zasięgu międzynarodowym.
- 3.3. Przedsiębiorca uczestniczący w imprezie targowej jest zobowiązany do nabycia lub wytworzenia oraz do instalacji na stoisku wystawienniczym trwałego i widocznego elementu dekoracyjnego uwzględniającego założenia wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki.
- 3.4. Księga wizualizacji Marki Polskiej Gospodarki jest dostępna na Portalu Promocji Eksportu, na stronie internetowej Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii, bądź u Operatora Programu.

4. Usługa doradcza

- 4.1. Przedsiębiorca może zakupić jedną usługę doradczą w zakresie przygotowania wejścia na poza unijny rynek perspektywiczny wskazany w pkt. I.11, w związku z udziałem w imprezie targowej lub targowo konferencyjnej odbywającej się na tym rynku.
- 4.2. Usługa doradcza musi być nabyta od podmiotu posiadającego potencjał i potwierdzone doświadczenie w zakresie świadczenia tego typu usług na wybranym przez przedsiębiorcę pozaunijnym rynku perspektywicznym.
- 4.3. Wartość podlegających finansowaniu w ramach poddziałania 3.3.3 POIR kosztów nabycia usługi doradczej nie może przekroczyć wartości 5% ogółu kosztów działań realizowanych przez przedsiębiorcę w ramach Programu.

5. Dodatkowe działania promocyjne

- 5.1. Przedsiębiorca biorący udział w Programie, wdrażający działania promocyjne opisane w punktach II.1-3, może sfinansować, w ramach poddziałania 3.3.3 POIR dodatkowe działania promocyjne w zakresie:
- nabycia lub wytworzenia oraz dystrybucji obcojęzycznych lub dwujęzycznych materiałów informacyjno-promocyjnych takich jak: gadżety reklamowe, materiały drukowane np. foldery, ulotki, wizytówki,
 - produkcji i emisji spotów reklamowych i filmów informacyjno-promocyjnych promujących markę przedsiębiorcy,
 - kosztów zagranicznej reklamy prasowej, internetowej, reklamy w katalogach targowych i branżowych,
 - organizacji prezentacji produktów, kolekcji (np. w formie showroomów),

- e) przygotowania obcojęzycznej strony internetowej lub obcojęzycznego modułu do istniejącej strony,
- f) przygotowania i prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych na wyszukiwarkach internetowych i portalach społecznościowych.

5.2. Wartość podlegających finansowaniu, w ramach poddziałania 3.3.3 POIR, dodatkowych działań promocyjnych nie może przekroczyć wartości 15% ogółu kosztów działań realizowanych przez przedsiębiorcę w ramach Programu.

III. Działania ogólne promujące branżę usług prozdrowotnych prowadzone przez Operatora Programu

1. Operatorem programu w zakresie realizacji działań ogólnych promujących branżę usług prozdrowotnych będzie Polska Organizacja Turystyczna.
2. Przedsiębiorcy, zachowując zasadę konkurencyjności, będą mogli korzystać z usług Operatora branżowego programu promocji w zakresie organizacji działań przeznaczonych dla przedsiębiorców.
3. W ramach działań ogólnych promujących branżę usług prozdrowotnych realizowanych przez Operatora Programu zaplanowano:
 - a) organizację, na wydarzeniach wskazanych w Tab. 1, narodowych stoisk informacyjno-promocyjnych służących wsparciu polskich przedsiębiorców obecnych na imprezie targowej poprzez umożliwienie im:
 - i. korzystania ze stoiska w celu organizacji spotkań i prezentacji dla potencjalnych partnerów biznesowych,
 - ii. korzystania ze wsparcia ekspertów branżowych w promocji marek przedsiębiorców,
 - iii. prezentacji materiałów informacyjno-promocyjnych,
 - iv. wyświetlenia filmów promocyjnych na urządzeniach multimedialnych zainstalowanych na stoisku;
 - b) organizację misji wyjazdowych dla przedsiębiorców;
 - c) organizację misji przyjazdowych;
 - d) przygotowanie folderów i materiałów promujących branżę;
 - e) realizację innych działań promujących branżę.