



# Program promocji branży kosmetycznej – informacja dla przedsiębiorców – wersja nr VI z dnia 01.03.2017 r.

## I. Informacje o programie promocji.

Program promocji branży kosmetycznej 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 kosmetyczną. Program promocji przygotowany został w taki sposób aby zapewnić komplementarność działań podejmowanych na rzecz promocji polskiego sektora kosmetycznego.

## II. Adresaci programu promocji.

1. Program skierowany jest do Mikro, Małych i Średnich przedsiębiorców<sup>1</sup>, którzy prowadzą działalność gospodarczą w ramach przynajmniej jednej z poniższych kategorii działalności (PKD 2007)<sup>2</sup>:
  - a. 20.42.Z – Produkcja wyrobów kosmetycznych i toaletowych;
  - b. 28.29.Z – Produkcja pozostałych maszyn ogólnego przeznaczenia, gdzie indziej nie sklasyfikowanych.
2. Termin realizacji programu – 10 lutego 2017 r. – 31 grudnia 2019 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). 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.

<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.).



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

##### A. Zakres działań obligatoryjnych, w których muszą wziąć udział przedsiębiorcy korzystający z programu:

1. Przedsiębiorca zobowiązany jest wybrać przynajmniej jeden (1) z poniższych pozaunijnych rynków perspektywicznych, który będzie zgodny ze strategią ekspansji firmy:
  - a. Zjednoczone Emiraty Arabskie,
  - b. Ukraina,
  - c. Rosja,
  - d. Japonia,
  - e. Turcja,
  - f. Indonezja,
  - g. Chiny/Hongkong,
  - h. Korea Południowa.
  
2. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, zobowiązany jest do wzięcia udziału w charakterze wystawcy w przynajmniej dziewięciu (9) działaniach targowych, o których mowa poniżej, przy czym przynajmniej trzy (3) 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/rynkach wybranym/wybranych w ramach pkt IV.A.1., w ramach której zostanie zorganizowane narodowe stoisko informacyjne.

L.p.	Nazwa targów	Miejsce odbywania się targów	Termin odbywania się targów	Narodowe stoisko informacyjne
1.	Cosmoprof Bolonia	Bolonia, Włochy	marzec 2017, 2018, 2019	Organizacja stoiska narodowego w każdej edycji
2.	BeautyWorld Middle East	Dubaj, ZEA	maj 2017, 2018, 2019	Organizacja stoiska narodowego w każdej edycji
3.	Cosmoprof Asia	Hongkong, Chiny	listopad 2017, 2018, 2019	Organizacja stoiska narodowego w edycji 2017 i 2018
4.	Intercharm	Moskwa, Rosja	październik, 2017, 2018, 2019	
5.	Intercharm Ukraine	Kijów, Ukraina	wrzesień 2017, 2018, 2019	
6.	Cosmoprof North America	Las Vegas, USA	lipiec 2017, 2018, 2019	
7.	Cosme Tokyo	Tokio, Japonia	styczeń 2018, 2019	
8.	Cosmobeaute Indonesia	Dżakarta, Indonezja	październik 2017, 2018, 2019	
9.	Cosmobeauty	Seul, Korea Południowa	kwiecień 2017, 2018, 2019	
10.	Professional Beauty	Johannesburg, RPA	sierpień 2017, 2018, 2019	



11.	Saudi Health&Beauty	Jeddah, Arabia Saudyjska	listopad 2017, 2018, 2019	
12.	Beauty Eurasia	Istambuł, Turcja	kwiecień 2017, 2018, 2019	
13.	China Beauty Expo	Szanghaj, Chiny	maj 2017, 2018, 2019	
14.	Beyond Beauty ASEAN	Tajlandia, Bangkok	wrzesień 2017, 2018, 2019	
15.	Tabriz Cosmetics	Tabriz, Iran	lipiec 2017, 2018, 2019	
16.	COSMEX	Tabriz, Iran	lipiec 2017, 2018, 2019	
17.	Iran Beauty&Clean	Teheran, Iran	kwiecień 2017, 2018, 2019	
18.	Pars Detergent Specialized Exhibition of Detergent, Beauty Products, Hygienic, Cellulose Products and Machinery	Mashhad, Iran	listopad 2017, 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). 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, zobowiązany jest do wzięcia udziału w przynajmniej dwóch (2) działaniach, o których mowa w pkt B, przy czym działania te muszą dotyczyć pozaunijnych rynków perspektywicznych określonych w pkt. IV.A.1.
- Przedsiębiorca, do dnia złożenia wniosku o dofinansowanie powinien zarejestrować i zweryfikować swoją firmę na [Portal Promocji Eksportu](#).

## **B. Zakres działań fakultatywnych, w których mogą wziąć udział przedsiębiorcy korzystający z programu:**

- 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).
- Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu, ma możliwość wzięcia udziału w grupowych wyjazdowych misjach gospodarczych, których celem jest rozpoznanie rynku, nawiązanie kontaktów biznesowych, wymiana doświadczeń, co doprowadzić powinno do nawiązania współpracy handlowej. Program ewentualnej 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 (z wyłączeniem krajów UE)\*.

Przedsiębiorcy biorący udział w wyjazdowych misjach gospodarczych są zobowiązani po odbyciu misji przedstawić raport z przebiegu misji gospodarczej zawierający w szczególności program misji, w tym program spotkań b2b oraz dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów. Raport z misji gospodarczej jest przedstawiany realizatorowi w celach informacyjnych.

3. Przedsiębiorca, w trakcie trwania całego programu może zorganizować maksymalnie sześć (6) przyjazdowych misji gospodarczych (wizyt studyjnych), których celem jest prezentacja produktu oraz organizacja pokazu. Misja gospodarcza przyjazdowa może zostać zorganizowana wyłącznie dla dealerów, kontrahentów oraz dziennikarzy<sup>3</sup> bezpośrednio związanych z branżą kosmetyczną pochodzących z krajów, o których mowa w pkt IV.A.1. 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>4</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 gospodarczej jest przedstawiany realizatorowi w celach informacyjnych.

4. Przedsiębiorca biorący udział w programie ma możliwość organizacji indywidualnej misji gospodarczej/handlowej do krajów, o których mowa w pkt IV.A.1, przy czym misja taka nie powinna trwać dłużej niż 3 dni na miejscu i powinna obejmować minimum: spotkanie/a z minimum 4 kontrahentami oraz organizację pokazu lub prezentacji dla kontrahentów.

Przedsiębiorca biorący udział w indywidualnej misji gospodarczej jest zobowiązany po odbyciu misji przedstawić raport z jej przebiegu zawierający w szczególności program misji, w tym program spotkań b2b oraz dane kontaktowe odwiedzanych kontrahentów. Raport z indywidualnej misji gospodarczej jest przedstawiany realizatorowi branżowego programu promocji branży kosmetycznej w celach informacyjnych.

### **C. Zakres działań fakultatywnych – uzupełniających, w których mogą wziąć udział przedsiębiorcy korzystający z programu:**

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;
- b) nabycia lub wytworzenia oraz dystrybucji materiałów informacyjno-promocyjnych takich jak gadżety, materiały drukowane np. foldery, ulotki, wizytówki;

<sup>3</sup> Przyjmuje się, że:

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).

<sup>4</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.



Fundusze Europejskie  
Inteligentny Rozwój



Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Rozwoju Regionalnego



- 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.

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

## V. Działania promocyjne ogólne promujące całą branżę kosmetyczną.

1. Realizator branżowego programu promocji branży kosmetycznej zostanie wybrany przez Ministerstwo Rozwoju, zgodnie z ustawą Prawo zamówień publicznych. Informacja o wyborze Realizatora branżowego programu promocji branży kosmetycznej zostanie zamieszczona na stronie internetowej [Ministerstwa Rozwoju](#) i [Portal Promocji Eksportu](#).
2. W ramach działań ogólnych promujących polską branżę kosmetyczną zaplanowano:\*\*
  - reklamy i publikacje w zagranicznej prasie branżowej nt. polskiej branży kosmetycznej;
  - organizację na wybranych targach narodowych stoisk informacyjnych służących wsparciu polskich przedsiębiorców obecnych na targach poprzez:
    - możliwość bezpłatnego korzystania z miejsca do odbywania spotkań z kontrahentami;
    - możliwość korzystania z usług informacyjnych obsługi stoiska informacyjnego o produktach i lokalizacji firmy;
    - możliwość zaprezentowania filmu reklamowego firmy na urządzeniach multimedialnych zainstalowanych na stoisku informacyjnym, po wcześniejszym uzgodnieniu z organizatorem stoiska;
    - możliwość zorganizowania pokazu/prezentacji oferty firmy na stoisku informacyjnym po wcześniejszym uzgodnieniu wszystkich szczegółów z organizatorem stoiska.

---

\* zmiana wprowadzona w dniu 9 lutego 2017 r., polegająca na dodaniu zdania: (z wyłączeniem krajów UE)

\*\* zmiana z dnia 01.03.17r. dotyczy zakresu działań promocyjnych w pkt. V.2.