

Promocja usług prozdrowotnych w nowym projekcie promocji polskiej gospodarki na rynkach zagranicznych

Piotr Tatara
Polska Organizacja Turystyczna
17 listopada 2015 roku



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

Uwarunkowania

- **Program Operacyjny Inteligentny Rozwój 2014 - 2020**
- Oś priorytetowa: **Wsparcie innowacji w przedsiębiorstwach**
- Działanie 3.3 **Wsparcie promocji oraz internacjonalizacji innowacyjnych przedsiębiorstw**
- Poddziałanie 3.3.2 **Promocja gospodarki w oparciu o polskie marki produktowe – Marka Polskiej Gospodarki**
- Krajowe Inteligentne Specjalizacje



Powiązania projektu z Krajową Inteligentną Specjalizacją

Lista branż/grup produktowych/usługowych:

1. Sprzęt medyczny
2. Maszyny i urządzenia
3. Kosmetyki
4. IT/ICT
5. Biotechnologia i farmaceutyka
6. Moda polska
7. Budowa i wykańczanie budowli
8. Jachty i łodzie
9. Meble
10. Polskie specjalności żywnościowe
- 11. Sektor usług prozdrowotnych**
12. Części samochodowe i lotnicze



Opis projektu

Cel :

Celem projektu jest upowszechnianie przekazu o wysokiej jakości polskich marek produktowych z obszarów wpisujących się w Krajowe Inteligentne Specjalizacje oraz kontynuowanie działań przyczyniających się do umacniania pozytywnego wizerunku Polski i polskiej gospodarki na rynkach zagranicznych.

Realizacja:

Zaangażowanie sektora MŚP w wspólne wdrażanie wieloletnich programów promocji

Wskaźnik:

Liczba wspartych przedsięwzięć informacyjno-promocyjnych o charakterze międzynarodowym



Opis projektu

Obszary objęte wsparciem projektu:

- Branżowe programy promocji
- Programy promocji na rynkach perspektywicznych
- Duże przedsięwzięcia promocyjne
- Wdrażanie marki polskiej gospodarki
- Koordynacja systemu promocji polskiej gospodarki

Podmioty zaangażowane w realizację projektu:

- Ministerstwo właściwe ds. gospodarki
- Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości
- Agencja Rynku Rolnego
- Instytut Adama Mickiewicza
- Polska Organizacja Turystyczna
- Inne



Opis projektu

Budżet projektu : **149 642 900 zł**

(w tym 95 642 900 zł dla branżowych programów promocji)

Czas trwania projektu: **październik 2015 - grudzień 2023**

Rynki zagraniczne: **Europa, Azja, Ameryka, Afryka, Bliski Wschód**

Odbiorcy działań informacyjno-promocyjnych:

- przedsiębiorcy
- instytucje otoczenia biznesu
- partnerzy i kooperanci zagraniczni
- indywidualne osoby



- **Część I**

Wyszczególnienie katalogu różnorodnych działań promocyjnych realizowanych na rynkach zagranicznych, z którego będą mogli bezpośrednio korzystać przedsiębiorcy.

Udział przedsiębiorców w tych działaniach sfinansowany zostanie w ramach poddziałania 3.3.3 „Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand” realizowanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości.

- **Część II**

Wyszczególnienie i realizacja działań informacyjno-promocyjnych, które będą wspierać wybrane branże oraz polską gospodarkę.

Przykładowe działania: organizacja misji przyjazdowych kontrahentów, stoiska narodowe na najważniejszych imprezach targowych, zakup analiz/usług eksperckich na potrzeby branży, artykuły sponsorowane w prasie branżowej, działania PR.



Branżowy program promocji usług prozdrowotnych

- Okres realizacji: 1 lipca 2016 – 30 czerwca 2019
- Budżet programu: 4.9 mln zł
- Kontynuacja projektu „turystyka medyczna”
- Współpraca z przedsiębiorstwami
- Narzędzia
- Rynki



Planowane rynki zagraniczne

- 5 rynków poza UE:
Rosja, Ukraina, USA, Norwegia, Zjednoczone Emiraty Arabskie
- 6 rynków w UE:
Niemcy, Wielka Brytania, Skandynawia (Szwecja, Dania, Finlandia),
Holandia, w których są organizowane ważne imprezy targowe
(turystyczne lub specjalistyczne)



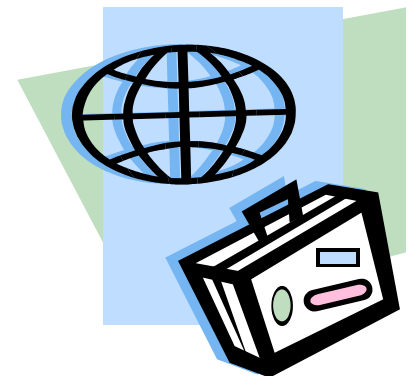
Planowane narzędzia:

- targi specjalistyczne i turystyczne (w tym reklama w katalogu targowym, prezentacje na stoisku, reklama zewnętrzna na terenach targowych i okołotargowych)
- road show, prezentacje
- study tour dla decydentów związanych z promocją międzynarodowych portali spa & wellness, dziennikarzy branżowych ,
- konferencje i kongresy specjalistyczne (spa & wellness, uzdrowiska i turystyka medyczna),
- spotkania informacyjne dla polskiej branży (z zakresu wiedzy o rynkach emisyjnych, pod kontem dopasowania komunikacji i produktów z obszaru spa, wellnes, turystyka medyczna),
- wydawnictwa produktowe i wizerunkowe i ich dystrybucja



Lista wydarzeń promocyjnych

- Global Wellness Summit
- Annual World Medical Tourism & Global Healthcare Congress (USA)
- Arabian Travel Market (Medical Tourism) (ZEA)
- International Exhibition Public Health (Ukraina)
- Professional Spa & Wellness Convention (Wlk. Brytania)
- Medical & Spa Travel Workshop MedAntor (Rosja)
- Health Tourism Show (Wlk. Brytania)
- Health & Rehab (Dania)
- World Tourism Market (Wlk. Brytania)
- ITB Berlin (Niemcy)



Poddziałanie 3.3.3 Program Operacyjny Inteligentny Rozwój „Wsparcie MŚP w promocji marek produktowych – Go to Brand.pl”

Cel poddziałania

Celem poddziałania jest udzielenie wsparcia przedsiębiorcom uczestniczącym w branżowych programach promocji oraz programach promocji o charakterze ogólnym. Poddziałanie ukierunkowane jest na promowanie polskich marek produktowych poprzez Markę Polskiej Gospodarki.



Ogólne założenia:

- Kontynuacja wspierania MSP w zakresie internacjonalizacji względem wdrażanych przez PARP i Ministerstwo Gospodarki w latach 2007-2013: działania 6.1 PO IG i poddziałania 6.5.2 PO IG;
- Wsparcie skierowane do przedsiębiorstw z sektora MSP;
- Brak konieczności posiadania Planu Rozwoju Eksportu;
- Wsparcie skierowane zarówno dla początkujących eksporterów, jak i przedsiębiorstw z wieloletnią tradycją w tym obszarze;
- Określony katalog imprez wystawowych (branżowych i ogólnych).



Założenia finansowe:

- Minimalna wartość projektu – brak
- Maksymalna wartość projektu – 1 000 000 PLN
- Wsparcie:
do 50% (pomoc publiczna i pomoc de minimis)
albo do 85% (pomoc de minimis)
- Budżet poddziałania: 100 000 000 euro



Rodzaje kosztów podlegających dofinansowaniu w przypadku finansowania projektu pomocą publiczną i pomocą de minimis:

- wydatek wynajmu, budowy i obsługi stoiska wystawowego (do 50% - pomoc publiczna)
- pozostałe wydatki objęte są pomocą de minimis (do 50%) tj.:
 - ✓ delegacji i zakwaterowania pracowników przedsiębiorcy uczestniczącego w targach i misjach gospodarczych;
 - ✓ transportu i ubezpieczenia w związku z udziałem w targach;
 - ✓ opłaty rejestracyjnej, w tym rezerwacji miejsca wystawowego na targach;
 - ✓ wpisu do katalogu targowego;
 - ✓ udziału w seminariach, kongresach i konferencjach;
 - ✓ informacyjno-promocyjne projektu.



W przypadku finansowania całości wydatków pomocą de minimis:

Intensywność wsparcia uzależniona od posiadanego statusu

- Mikroprzedsiębiorstwa: do 85%
- Małe przedsiębiorstwa: do 80%
- Średnie przedsiębiorstwa: do 75%

UWAGA

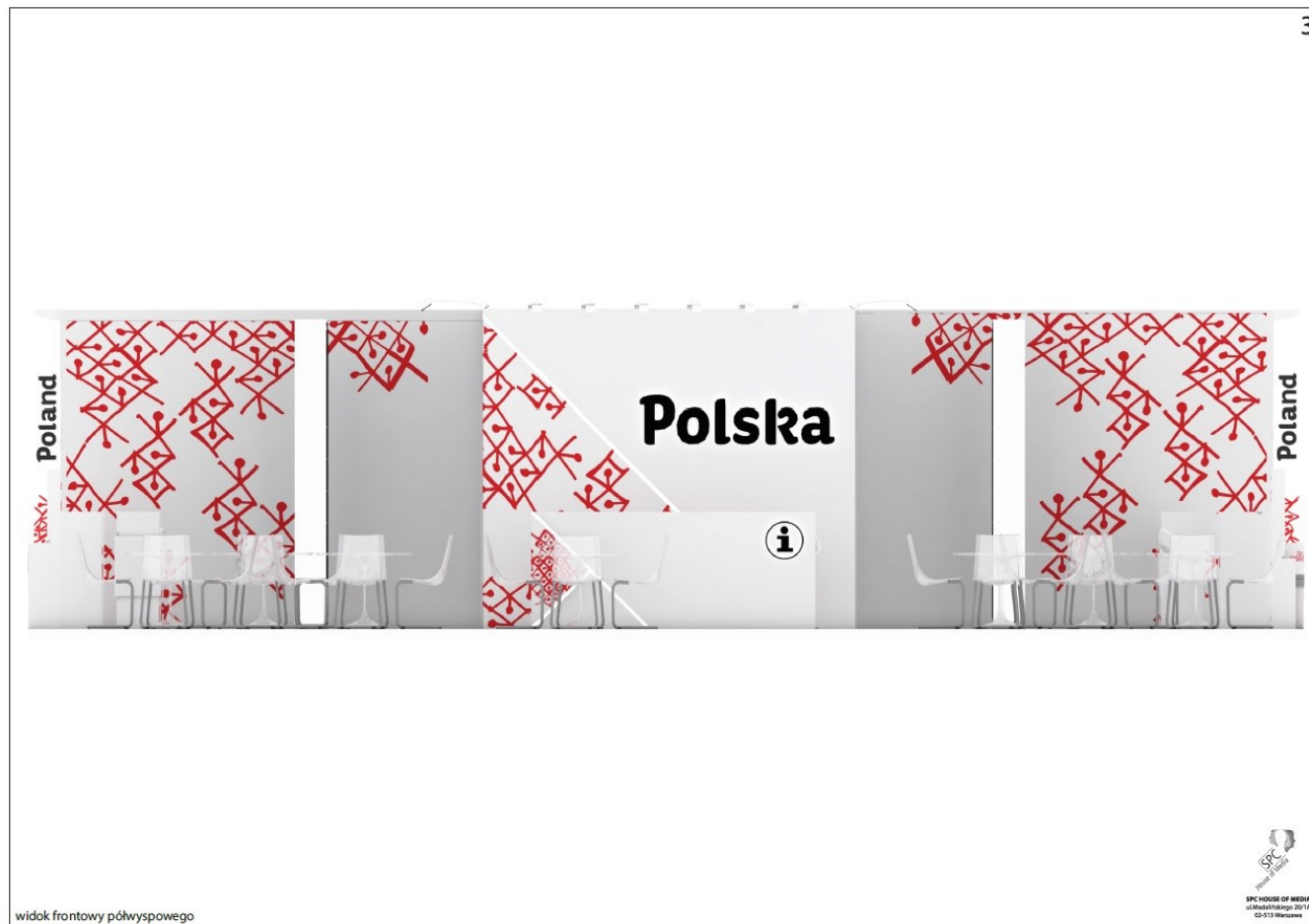
Z pomocy de minimis mogą skorzystać jedynie te podmioty, które posiadają wolny limit kwotowy do wykorzystania



Projekt stoiska targowego



Projekt stoiska targowego



Projekt stoiska targowego



Projekt stoiska targowego



widok perspektywiczny- miejsce spotkań



Dziękuję za uwagę

piotr.tatara@pot.gov.pl

tel. 22'536 70 60

