



**ROZWÓJ
POLSKI WSCHODNIEJ**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Program Promocji Gospodarczej Polski Wschodniej

Informator dla przedsiębiorców







Spis treści

1. Wstęp	4
2. Odbiorcy komunikatów promocyjnych projektu – kto może skorzystać z projektu, rynki docelowe PPGPW	5
3. Wnioskowanie o udział w wydarzeniach promocyjnych	6
4. Rodzaje kosztów pokrywanych w ramach uczestnictwa przedsiębiorców w wydarzeniach promocyjnych. Rodzaje kosztów, których nie pokrywa się z projektu	7
5. Dotychczasowe doświadczenia – udział w targach i misjach gospodarczych	8
6. Profil idealnego przedsiębiorcy – uczestnika wydarzenia promocyjnego PPGPW.....	11
7. Użyteczne materiały informacyjne opracowane w ramach projektu	12
8. Regionalne Centra Obsługi Inwestora	15

Wstęp

Program Promocji Gospodarczej Polski Wschodniej (PPGPW) jest realizowany w ramach działania I.4 Promocja i Współpraca Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007 - 2013.

Celem Programu jest przyspieszenie tempa rozwoju społeczno-gospodarczego Makroregionu Polski Wschodniej poprzez wzrost zainteresowania ofertą gospodarczą 5 województw: lubelskiego, podkarpackiego, podlaskiego, świętokrzyskiego i warmińsko-mazurskiego.

Program jest realizowany poprzez długoterminowe i spójne działania komunikacyjne, których rezultatem ma być systematyczny wzrost konkurencyjności gospodarczej i atrakcyjności Makroregionu, tzn.: firm, produktów, usług, kapitału, miast, miejsc.

Okres realizacji: lata 2009–2015.

Beneficjent: Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych S.A.

Główne założenia projektu:

- zwiększenie napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do Makroregionu,
- zainteresowanie polskich firm inwestycjami w Polsce Wschodniej,
- pobudzenie eksportu produktów oraz usług z Polski Wschodniej,
- rozwój turystyki biznesowej w Makroregionie.

Program Promocji Gospodarczej Polski Wschodniej prowadzony jest dwukierunkowo:

- promocja wizerunkowa Makroregionu:
opracowano system identyfikacji wizualnej, prowadzone są działania *public relations* (konferencje, seminaria, wizyty studyjne dziennikarzy), przygotowano materiały informacyjne, promocyjne, reklamowe, publikacje, prowadzona jest kampania promocyjna w mediach krajowych i zagranicznych;
- promocja bezpośrednia potencjału gospodarczego województw Polski Wschodniej wśród potencjalnych inwestorów polskich i zagranicznych oraz firm zainteresowanych intensyfikacją współpracy gospodarczej:
stworzono gospodarczy portal internetowy www.polskawschodnia.eu, organizowane są misje gospodarcze: handlowe i inwestycyjne, targi i wystawy, wizyty studyjne.

Dodatkowo w ramach projektu prowadzone są analizy, badania marketingowe i ewaluacje.



Odbiorcy komunikatów promocyjnych projektu – kto może skorzystać z projektu, rynki docelowe PPGPW

Do kogo kierujemy komunikaty promocyjne projektu?

Odbiorcami komunikatów promocyjnych są środowiska biznesowe oraz opinio-twórcze, w szczególności: potencjalni inwestorzy zagraniczni oraz inwestorzy zagraniczni już obecni w Polsce, przedsiębiorstwa krajowe z rozwiniętą siecią przedstawicielstw regionalnych, międzynarodowi liderzy opinii (w tym ekono-miści, eksperci w zakresie inwestycji zagranicznych, specjaliści ds. marketingu miejsc), zagraniczne izby, organizacje i stowarzyszenia gospodarcze, bilateralne izby handlowe, liderzy biznesowi organizacji polonijnych, międzynarodowa i krajo-wa opinia publiczna, potencjalni importerzy, media lokalne, krajowe i zagraniczne, kadra zarządzająca, osoby decyzyjne oraz prezesi zarządów korporacji i instytucji międzynarodowych, Polacy pełniący funkcje kierownicze w międzynarodowych koncernach, międzynarodowe firmy konsultingowe, turyści biznesowi.

Kto może skorzystać z projektu?

- przedsiębiorcy niezależnie od wielkości, posiadający siedzibę na terenie Ma-kroregionu Polski Wschodniej, działający dłużej niż 2 lata,
- jednostki samorządu terytorialnego wszystkich szczebli – wojewódzkiego, powiatowego, gminnego.

Jakie są rynki docelowe PPGPW?

Rynki, na których prowadzone są działania projektu, to: państwa Unii Europejskiej (w szczególności Wielka Brytania, Niemcy, Francja), Stany Zjednoczone, Rosja, Chiny, Korea Płd., Indie.

Priorytetowe sektory PPGPW:

- spożywczy,
- drzewny i meblarski,
- chemiczny,
- maszynowy,
- odnawialne źródła energii (OZE),
- Business Process Outsourcing (BPO),
- jachtowy,
- lotniczy,
- turystyka biznesowa,
- budowlany,
- logistyczny,
- odzieżowy.



Gdzie szukać aktualnych informacji?

www.easternpoland.eu oraz www.paiz.gov.pl



Wnioskowanie o udział w wydarzeniach promocyjnych

W ramach projektu organizowanych jest corocznie około 35–40 przedsięwzięć promocyjnych:

- targów i wystaw międzynarodowych,
- wyjazdowych misji gospodarczych (dla przedsiębiorców) oraz inwestycyjnych (dla jednostek samorządu terytorialnego),
- przyjazdowych misji gospodarczych przedsiębiorców zainteresowanych ofertą z Makroregionu Polski Wschodniej.

Lista wydarzeń promocyjnych planowanych na kolejny rok kalendarzowy zamieszczana jest na portalu www.polskawschodnia.eu w bannerze „Planowane wydarzenia”.

Na liście wydarzeń przy każdym z nich można znaleźć adres e-mailowy opiekuna projektu, u którego można uzyskać dodatkowe informacje dotyczące naboru.

Minimum 3 miesiące przed planowanym wydarzeniem promocyjnym ogłaszany jest nabór wniosków.

Wszystkie dokumenty związane z naborem można znaleźć na stronie www.polskawschodnia.eu lub

http://www.paiz.gov.pl/o_agencji/przetargi_ogloszenia/polska_wschodnia

Wraz z wnioskiem o uczestnictwo w wydarzeniu zamieszczamy na stronie internetowej:

- regulamin uczestnictwa,
- informacja o pomocy *de minimis*,
- wzór sprawozdania merytorycznego z wydarzenia,
- projekt umowy o dofinansowanie,
- wzór zaświadczenia o udzielonej pomocy *de minimis*,
- kryteria udziału w wydarzeniu.

Lista uczestników publikowana jest na powyższych stronach internetowych maksymalnie w ciągu 14 dni od zakończenia naboru.

Z każdym przedsiębiorcą zawierana jest umowa o uczestnictwo w wydarzeniu promocyjnym.

To jedyny unijny projekt w kraju finansujący w stu procentach udział w targach i misjach gospodarczych. Nie ma żadnej refundacji, zbędnych formalności i papierów. Wszystko jest gotowe i na najwyższym poziomie.

Robert Kowalkowski – właściciel
PRZETWÓRNI OWOCÓW I WARZYW
ROBERT KOWALKOWSKI



Rodzaje kosztów pokrywanych w ramach uczestnictwa przedsiębiorców w wydarzeniach promocyjnych. Rodzaje kosztów, których nie pokrywa się z projektu

Przedsiębiorcom uczestniczącym w wydarzeniach promocyjnych udzielamy pomocy *de minimis*.

Pomoc *de minimis* dla każdego z przedsiębiorców jest ograniczona do kwot wynikających z Rozporządzenia Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 1 kwietnia 2009 roku w sprawie udzielania przez PARP pomocy finansowej na promocję gospodarczą Polski Wschodniej, stworzenie sieci współpracy centrów obsługi inwestora, tworzenie i rozwój klastrów, tworzenie polityki rozwoju regionalnego w ramach programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007 – 2013. W ramach PPGPW pomoc *de minimis* może być udzielona przedsiębiorcy uczestniczącemu w realizacji projektów z par. 4 i 6 powyższego rozporządzenia, pod warunkiem że łącznie z inną pomocą *de minimis* otrzymaną w bieżącym roku kalendarzowym oraz w ciągu 2 poprzedzających lat kalendarzowych z różnych źródeł i w różnych formach nie przekroczy kwoty 200 000 euro.

Jakie koszty pokrywamy w ramach uczestnictwa przedsiębiorcy w wydarzeniu promocyjnym?

- wynajem i zabudowa wspólnej dla wszystkich przedsiębiorców z Polski Wschodniej powierzchni wystawienniczej,
- przelot (koszt biletu) wraz z opłatami lotniskowymi itp.,
- zakwaterowanie w hotelach,
- transfery (przejazdy) lokalne,
- bilety wstępu na targi i wystawy,
- przygotowanie materiałów informacyjno-promocyjnych związanych z uczestnictwem w wyjeździe,
- koszty spedycji produktów.

Jakich kosztów nie finansujemy?

Przedsiębiorca – uczestnik przedsięwzięcia pokrywa we własnym zakresie koszty, których nie obejmuje finansowanie ze środków projektu. Są one za każdym razem wymienione w umowie z uczestnikiem. Należą do nich np.:

- ubezpieczenie uczestnika,
- diety pobytowe,
- wyżywienie na miejscu,
- dojazd do i z Warszawy,
- koszty wysyłki np. próbek produktów żywnościowych w celu otrzymania certyfikatów i aprobat oraz koszty samej certyfikacji produktów, jeśli są konieczne dla danego przedsięwzięcia.



Dotychczasowe doświadczenia – udział w targach i misjach gospodarczych

W roku 2010 zrealizowano:

- **8 zagranicznych imprez targowo-wystawienniczych:**
Francja – MIPIM, Singapur – FHA, Niemcy – Berlin Air Show, Chiny – EXPO Szanghaj, Francja – SIAL, Niemcy – EXPO Real, Chorwacja – AMBIENTA, Niemcy – International Boat Show Hamburg,
- **9 misji wyjazdowych gospodarczych i inwestycyjnych:**
Indie – IT, R&D, BPO, misja inwestycyjna,
Rosja – sektor budowlany, misja gospodarcza,
Niemcy – sektor lotniczy, misja inwestycyjna,
Wielka Brytania – sektor spożywczy, misja gospodarcza,
Chiny – misja wielosektorowa, gospodarcza,
Singapur – sektor spożywczy, misja gospodarcza,
Francja – misja wielosektorowa, inwestycyjna,
Włochy – misja wielosektorowa, inwestycyjna,
Malezja – IT BPO, misja gospodarcza,
Wielka Brytania – BPO, misja gospodarcza,
- **1 wizytę studyjną przedstawicieli samorządów we Włoszech,**
- **udział w 2 Forach Ekonomicznych** – w Krynicy Zdrój i Warszawie,
- **udział w 2 konferencjach zagranicznych** – w Indiach: Nasscom i Londynie: Outsourcing Summit.



Według informacji podanych przez przedsiębiorców efektem ich dotychczasowego uczestnictwa w targach i misjach organizowanych w ramach projektu są kontrakty o łącznej wartości ponad 9 mln PLN.

Podczas każdego wydarzenia oprócz prezentacji oferty odbywa się również część seminarijna oraz sesja matchmakingowa w porozumieniu z doświadczonymi partnerami lokalnymi (średnio 3 spotkania na firmę).

Przedsiębiorcy mogą umawiać się na spotkania również za pośrednictwem platform współpracy strony internetowej.

INTERNATIONAL BOAT SHOW,
Hamburg 2010



SIAL THE GLOBAL FOOD MARKETPLACE, Paryż 2010



ILA Berlin Air Show 2010



SIAL THE GLOBAL FOOD MARKETPLACE, Paryż 2010



ILA Berlin Air Show 2010

Dotychczasowe wydarzenia – przykłady targów

Targi Spożywcze Grüne Woche Berlin 2011

W dniach 21–30 stycznia 2011 roku 8 firm z Makroregionu Polski Wschodniej reprezentujących przemysł spożywczy wzięło udział w międzynarodowych targach Rolno-Spożywczych Grüne Woche, odbywających się w Berlinie. Tegoroczna edycja targów była szczególnym wydarzeniem, gdyż Polska przyjęła tytuł Kraju Partnerskiego Targów Grüne Woche. Targi te to najważniejsze i największe branżowe spotkanie producentów i przetwórców żywności z całego świata uczestniczyło w nich około 1600 wystawców z ponad 50 krajów.





Targi Paris Air Show 2011

W dniach 20–23 czerwca 2011 roku 17 przedsiębiorców z Polski Wschodniej (w tym 15 członków podkarpackiego klastra Dolina Lotnicza) uczestniczyło w 49. edycji międzynarodowych targów sektora lotniczego i kosmonautyki Paris Air Show. W czasie targów delegacja z Polski Wschodniej miała okazję uczestniczyć w spotkaniach z wystawcami kanadyjskimi oraz firmami francuskimi zrzeszonymi w organizacji GIFAS (Stowarzyszenie Francuskich Firm Sektora Lotniczego) i klastrze regionu Paryża ASTech. Ponadto polscy przedsiębiorcy odwiedzili francuską firmę APS specjalizującą się w produkcji powłok dla przemysłu lotniczego i motoryzacyjnego.



Stoisko Polski Wschodniej na PARIS AIR SHOW 2011



Samoloty Orka i AT-3 na PARIS AIR SHOW 2011

Misja gospodarcza do Chin oraz targi SIAL CHINA 2011, Szanghaj

W dniach 15–21 maja 2011 grupa 19 przedsiębiorców reprezentujących sektor spożywczy z Polski Wschodniej wzięła udział w misji gospodarczej do Hangzhou i Nanjing oraz w targach spożywczych SIAL CHINA 2011 w Szanghaju, największej tego typu imprezie wystawienniczej sektora spożywczego w Azji. Wśród przedsiębiorców z Polski Wschodniej znalazły się firmy produkujące makarony, przetwory z owoców i warzyw oraz runa leśnego, firmy sektora mleczarskiego, mięsnego, cukierniczego, producenci przypraw i dodatków oraz przedstawiciel firmy produkującej opakowania dla sektora spożywczego. W bezpośrednich spotkaniach biznesowych w Hangzhou do rozmów z firmami przystąpiło 40 przedsiębiorców chińskich, w Nanjing ponad 70. Polskie produkty żywnościowe zainteresowały stronę chińską jako produkty bardzo dobrej jakości.



Pokaz gotowania „na żywo” – Karol Okrasa



Konferencja prasowa na stoisku Polski Wschodniej





Profil idealnego przedsiębiorcy – uczestnika wydarzenia promocyjnego PPGPW

1. **aktywny:**
 - przebywający na stoisku,
 - uczestniczący we wszystkich zaplanowanych spotkaniach z partnerami,
2. **otwarty na potencjalnych klientów i nawiązujący kontakt z klientem,**
3. **posiadający umiejętność posługiwania się językiem angielskim i/lub językiem kraju, w którym odbywa się wydarzenie promocyjne,**



Targi mebli, wyposażenia wnętrz oraz przemysłu drzewnego AMBIENTA 2010 w Zagrzebiu

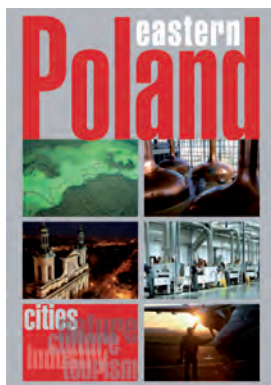
4. **przygotowany:**
 - posiadający wizytówki z aktualnymi informacjami w języku angielskim,
 - posiadający broszury i materiały informacyjne w języku angielskim i/lub języku, w którym odbywa się wydarzenie promocyjne,
 - posiadający etykiety produktów w języku angielskim i/lub języku, w którym odbywa się wydarzenie promocyjne,
 - w przypadku targów spożywczych – zapewniający produkty do degustacji, posiadający certyfikaty i wymagane atesty na prezentowane produkty.



Wielosektorowa misja gospodarcza do Chin, 2010

Użyteczne materiały informacyjne opracowane w ramach projektu

Dotychczas na użytek projektu przygotowano:



Album *Eastern Poland*

Bogato ilustrowane opracowanie poświęcone województwom Makroregionu Polski Wschodniej. Publikacja zawiera informacje na temat 15 największych miast województw Polski Wschodniej, kluczowych gałęzi przemysłu, sektorów priorytetowych dla Makroregionu, jak również obszerny opis walorów przyrodniczych, turystycznych oraz kulturowych.

Przewodnik *Doing Business in Eastern Poland*

Publikacja *Doing Business in Eastern Poland* to *va-demecum* prowadzenia działalności gospodarczej w województwach Makroregionu Polski Wschodniej. Zawiera informacje w zakresie zagadnień makroekonomicznych, prawa i gospodarki, finansów, a także prezentuje system zachęt inwestycyjnych oraz opis sektorów gospodarczych o szczególnym znaczeniu dla Makroregionu.



12 opracowań sektorowych i 12 katalogów dostawców dla sektorów

Broszury informacyjne poświęcono kluczowym sektorom gospodarczym Makroregionu Polski Wschodniej. Zawierają one szczegółowy opis następujących sektorów: spożywczego, drzewnego, papierniczego, meblarskiego, budowlanego, wyrobów z surowców niemetalicznych, logistycznego, metalowego, maszynowego, odzieżowego, turystyki biznesowej, odnawialnych źródeł energii, BPO oraz lotniczego, a także katalogi dostawców dla sektorów wskazanych powyżej. Dla każdego z sektorów priorytetowych wyróżniono firmy Makroregionu Polski Wschodniej, które zaprezentowały swoją ofertę i zapraszają do współpracy.

Katalogi dostawców dla sektorów oraz opracowania sektorowe



**Sektor Budowlany
w Polsce Wschodniej,**
Warszawa 2011



**Sektor Business
Process Outsourcing
w Polsce Wschodniej,**
Warszawa 2011



**Sektor drzewny, papirniczy
i meblarski w Polsce
Wschodniej,**
Warszawa 2011



**Sektor logistyczny
w Polsce Wschodniej,**
Warszawa 2011



**Sektor lotniczy
w Polsce Wschodniej,**
Warszawa 2011



**Sektor maszynowy
w Polsce Wschodniej,**
Warszawa 2011



**Sektor metalowy w Polsce
Wschodniej,**
Warszawa 2011



**Sektor odnawialnych
źródeł energii w Polsce
Wschodniej,**
Warszawa 2011



**Sektor odzieżowy
w Polsce Wschodniej,**
Warszawa 2011



**Sektor spożywczy
w Polsce Wschodniej,**
Warszawa 2011



**Sektor turystyki biznesowej
w Polsce Wschodniej,**
Warszawa 2011



**Sektor wyrobów
z surowców niemetalicznych
w Polsce Wschodniej,**
Warszawa 2011

Prezentacja zawierająca aktualne informacje ekonomiczne o Makroregionie Polski Wschodniej

Publikacje dostępne są w językach angielskim, niemieckim, rosyjskim, włoskim, francuskim, chińskim oraz pod adresem: www.easternpoland.eu (banner baza wiedzy).

Portal internetowy

Najbardziej aktualne informacje gospodarcze z Makroregionu i o Makroregionie.



Portal internetowy
www.polskawschodnia.eu

Kampania medialna

Jesienią 2011 roku rusza kampania promocyjna w mediach zagranicznych i krajowych.



Plakaty promujące projekt
autor: Andrzej Pągowski

Seminaria informacyjne i konferencje

Corocznie organizujemy w każdym regionie seminaria informacyjne dla przedsiębiorców i jednostek samorządu terytorialnego. Informacja o nich zamieszczana jest na portalu www.polskawschodnia.eu



Regionalne Centra Obsługi Inwestora

Wszystkich przedsiębiorców zachęcamy do korzystania z usług Centrów Obsługi Inwestora:

Województwo podlaskie

Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego
Centrum Obsługi Inwestora
ul. Kardynała Stefana Wyszyńskiego 1, 15-888 Białystok
tel.: +48 85 749 74 95
fax: +48 85 749 74 40
www.wrotapodlasia.pl/coi

Województwo świętokrzyskie

Urząd Miasta Kielce
ul. Rynek 1, 25-303 Kielce
tel.: +48 41 367 65 57
fax: +48 41 367 65 52
www.invest.kielce.pl

Województwo lubelskie

Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego
Centrum Obsługi Inwestora
ul. Graniczna 4, 20-010 Lublin
tel./fax: +48 81 537 16 21
www.invest.lubelskie.pl

Województwo warmińsko-mazurskie

Warmińsko-Mazurska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.
Centrum Obsługi Inwestora
pl. Generała Józefa Bema 3, 10-516 Olsztyn
tel.: +48 89 835 67 80; +48 89 521 12 80
fax: +48 89 521 12 60
www.investinwarmiaandmazury.pl

Województwo podkarpackie

Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.
Centrum Obsługi Inwestora
ul. Szopena 51, 35-959 Rzeszów
tel.: +48 17 852 43 76
fax: +48 17 852 43 74
www.coi.rzeszow.pl



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007–2013.

Egzemplarz bezpłatny

Wydawca:

Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych S.A.

ul. Bagatela 12, 00-585 Warszawa

tel.: +48 22 334 98 00

fax: +48 22 334 98 89

e-mail: post@paiz.gov.pl

www.paiz.gov.pl



**ROZWÓJ
POLSKI WSCHODNIEJ**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

