

Kontakt dla mediów:

Luiza Nowicka, PARP

e-mail: luiza_nowicka@parp.gov.pl

tel.: 880 524 959

Informacja prasowa
Warszawa, 21.09.2022

Ekspansja międzynarodowa dzięki Funduszom Europejskim w ramach konkursu „Go to Brand”

W ramach naborów „Go to Brand” – organizowanych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości – firmy otrzymały wsparcie na promocję marek produktowych na rynkach zagranicznych. Środki przeznaczone na dofinansowanie projektów przedsiębiorców, pochodziły z unijnego Programu Inteligentny Rozwój (POIR). Łącznie z Funduszy Europejskich do polskich firm trafiło ponad 834 mln zł.

Polscy przedsiębiorcy coraz śmielej podejmują współpracę z zagranicznymi klientami, zaś Fundusze Europejskie wspierają inicjatywy związane z ekspansją międzynarodową. Ważnym, wspieranym finansowo, etapem wchodzenia na zagraniczne rynki jest udział w imprezach targowych, misjach gospodarczych czy spotkaniach branżowych.

– Dzięki funduszom, jakie dostępne były w konkursie „Go to Brand”, prawie 2,6 tys. zwycięskich podmiotów gospodarczych z sektora MŚP otrzymało łącznie ponad 834 mln zł na wsparcie promocji marki produktowej na arenie międzynarodowej. Przyznane wybranym podmiotom środki to dodatkowy bodziec do tego, by nasze polskie, rodzime biznesy wychodziły ze swoimi projektami śmielej w świat. Mają oni bowiem wiele do zaoferowania i powinni korzystać z tej szansy na rozwój. Firmy z sektora MŚP przodują we wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań na rynek, a świetne pomysły pojawiają się niezależnie od branży – stwierdza **Dariusz Budrowski**, prezes PARP.

Środki z konkursu mogły zostać przeznaczone na udział w wydarzeniach takich jak: targi, wystawy, misje gospodarcze czy konferencje zagraniczne, a także na sfinansowanie kosztów usługi doradczej skierowanej na wsparcie firmy na wybranym rynku czy szeroko rozumiana promocja. Wsparciem mogły zostać objęte podmioty z branż o wysokim potencjale konkurencyjnym i innowacyjnym, takich jak: biotechnologia i farmaceutyka, budowa i wykańczanie budowli, części samochodowe i lotnicze, maszyny i urządzenia, moda polska, IT/ICT, jachty i łódzie rekreacyjne, polskie specjalności żywnościowe, sprzęt medyczny, branża kosmetyczna, meblarska oraz usług prozdrowotnych.

Ekspansja MŚP

Wśród podmiotów zgłoszonych do konkursu znalazła się spółka SILVAM-EX, specjalizująca się w produkcji i sprzedaży wyrobów jubilerskich, w szczególności biżuterii srebrno-bursztynowej. Dzięki przyznanemu dofinansowaniu w konkursie „Go to Brand” firma otrzymała niemal 850 tys. zł na



udział w zagranicznych imprezach gospodarczych w ramach programu promocji branży Moda Polska. Spółce zależało głównie na takich rynkach perspektywicznych jak Chiny oraz USA, a także na zwiększeniu swojej obecności na rynkach UE. Unijne dofinansowanie pozwoliło firmie także na zainwestowanie w usługę szkoleniowo-doradczą, która umożliwiła poszerzenie wiedzy niezbędnej do efektywnej ekspansji zagranicznej. Dzięki uczestnictwu w szkoleniu pracownicy spółki nabyli umiejętności, pozwalające na skuteczniejsze i bardziej efektywne prowadzenie rozmów biznesowych z potencjalnymi kontrahentami, na targach zagranicznych. W ramach projektu beneficjent miał szansę wziąć udział w 17 imprezach targowych jako wystawca.

Sobusiak Yacht-Yard to z kolei jedno z rodzimych przedsiębiorstw należących do branży stoczniowej, którego historia sięga wczesnych lat 90. XX wieku. Zajmuje się produkcją i budową jachtów żaglowych typu Focus 800 oraz Focus 730, a wysokiej jakości jednostki pływające promuje hasłem „budowane przez żeglarzy dla żeglarzy”. Dzięki wsparciu Funduszy Europejskich producent otrzymał wsparcie o wartości prawie 280 tys. zł. Firma wzięła udział w sześciu imprezach targowo-wystawienniczych (m. in. Salone Nautico Internazionale di Genova Włochy, Boot Dusseldorf Niemcy, Bater I sjoen Oslo Norwegia), przy czym trzy z tych targów stanowiły imprezy, w ramach których zostało zorganizowane narodowe stoisko informacyjne. Oprócz kontrahentów z Unii Europejskiej, ofertę kierowano do perspektywicznych kupców z Norwegii, Turcji i Rosji. W ramach projektu przedsiębiorstwo zakupiło usługę doradczą (baza danych dot. Norwegii), zrealizowało zadania fakultatywne (cztery misje wyjazdowe na pozaunijne rynki perspektywiczne) oraz wykonało dodatkowe działania uzupełniające informacyjno-promocyjne. Cel projektu – rozwój działalności eksportowej firmy oraz wypromowanie produktów branży jachtów i łodzi rekreacyjnych za granicą – powiódł się. Dzięki realizacji przedsięwzięcia Sobusiak Yacht-Yard zaprezentowało swoje produkty poza granicami kraju, wrosła rozpoznawalność marki, zaś udział w targach i misjach wyjazdowych przyczynił się do nawiązania nowych kontaktów handlowych oraz promocji Marki Polskiej Gospodarki.

Kolejną marką, która zyskała możliwość promocji na rynkach zagranicznych, był Nomtek – specjalistyczna agencja programistyczna, skoncentrowana na tworzeniu aplikacji mobilnych na systemy iOS i Android, zatrudniająca wysokiej klasy ekspertów od technologii mobilnych, którzy tworzą produkty znane i doceniane na całym świecie. Firma była już wielokrotnie nagradzana, a na koncie ma branżowe wyróżnienia takie jak: Top Mobile App Developers Poland 2015, Top UK App Developers czy Top San Francisco App Development Companies. W ramach pozyskanych funduszy w wysokości niemal 685 tys. zł firma uczestniczyła w międzynarodowych targach: Web Summit, M2M World Congress, Consumer Electronic Show, Techcrunch Disrupt, CEBIT oraz Mobile World Congress. Nomtek wzięło także udział w misji handlowej w San Francisco i zrealizowało dodatkowe działania marketingowe. Projekt miał na celu wzmocnienie wizerunku firmy Nomtek jako producenta aplikacji mobilnych tworzonych dla klientów indywidualnych.

Marka Grenton specjalizuje się w produkcji kompletnego systemu inteligentnego domu. System Smart Home Grenton składa się z warstwy hardware'owej, modułów zaprojektowanych i



produkowanych w Polsce oraz z oprogramowania konfiguracyjnego Object Manager i intuicyjnej aplikacji myGrenton, pozwalającej użytkownikom systemu na zarządzanie swoim domem z urządzeń mobilnych. Głównymi zadaniami systemu są: integracja wszystkich podsystemów automatyki budynku, samodzielne reagowanie w oparciu o płynące z niej dane oraz poprawa komfortu i bezpieczeństwa domowników. Projekt firmy GRENTON realizowany był w oparciu o Branżowy Program Promocji dla Branży Budowy i Wykańczania Budowli. Jego celem był wzrost rozpoznawalności marki GRENTON na arenie międzynarodowej oraz promocja jej oferty produktowej, poprzez realizację działań promocyjnych na rynkach takich krajów jak: Polska, Włochy oraz Zjednoczone Emiraty Arabskie. Firma zakupiła także usługę doradczą związaną z umiędzynarodowieniem na perspektywnym rynku Zjednoczonych Emiratów Arabskich i zorganizowała indywidualną, wyjazdową misję gospodarczą na powyższym rynku.

Nagrodzono także podmioty z innych branż, w tym: producenta wysokiej jakości ekstraktów roślinnych Greenvit (ponad 239 tys. zł), firmę budowlaną Izodom 2000 Polska, specjalizującą się w produkcji kształtek styropianowych dla budownictwa, specjalistycznych płyt dociepleniowych oraz innych elementów z tworzyw piankowych (ponad 170 tys. zł), jak również Stara Mydlarnia – producent, który od ponad 20 lat dostarcza naturalne kosmetyki do pielęgnacji twarzy, ciała i włosów, a także ręcznie wytwarzane kule do kąpeli oraz mydła (prawie 390 tys. zł).

[Więcej o beneficjentach konkursu pod tym linkiem.](#)



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego

