

Ekspansja zagraniczna ze wsparciem z Unii lub z pomocą rządu

Dolina Krzemowa już stoi otworem. Można też **dostać finansowanie** na udział w zagranicznych imprezach

Beata Tomaszkiwicz

Stany Zjednoczone, a konkretnie Dolina Krzemowa, to kierunek, na który ekspansję przedsiębiorca może, przynajmniej częściowo, sfinansować ze środków z Unii lub dotacji celowych polskiego rządu.

Działać globalnie

W Narodowym Centrum Badań i Rozwoju w ramach konkursu Go Global do 24 lutego trwa nabór wniosków dla firm, które zamierzają pozyskać partnerów lub inwestorów za granicą. Wkrótce zacznie się kolejny, który zakończy się 31 marca. Preferowane są firmy z sektora IT/ITC, biotechnologicznego i robotyki. Pieniądze przedsiębiorca może również wykorzystać na podbicie innych rynków, ale pełne wsparcie dostanie wówczas, gdy wybierze Kalifornię.



– Program wspiera innowacyjne firmy sektora MSP, które przy pomocy oferowanych przez siebie towarów i usług chcą konkurować na globalnym rynku. Fir-

my dostają pieniądze m.in. na opracowanie biznesplanu i strategii internacjonalizacji oraz analizę rynków międzynarodowych, w tym zakupu specjalistycznych raportów badawczych – mówi Kamil Melcer z NCBiR. Dotacje są przeznaczone także na warsztaty z udziałem potencjalnych inwestorów z sektora venture capital oraz trening i coaching dotyczący wymogów prawnych i kulturowych rynku, zarządzania własnością intelektualną i przygotowanie oferty do negocjacji. Właśnie ten aspekt praktyczny jest najczęściej wskazywany przez przedsiębiorców jako ten obszar, w którym najbardziej brakuje im wiedzy i kompetencji.

– Przewodnią ideą programu jest przy tym pozostawienie przedsiębiorcy maksymalnie dużej swobody w realizacji swojego projektu. Firma dostaje więc voucher opiekujący na określonej sumie, który będzie mogła zrealizować w wybrany przez siebie sposób, czy to korzystając z doradcy zewnętrznego, czy też uruchamiając zasoby wewnętrzne – podkreśla Melcer. – Taki sposób realizacji projektu ma wyzwalać w przedsiębiorcach inwencję i determinację w zaistnieniu i utrzymaniu się na globalnym rynku – dodaje.

Beneficjenci mogą otrzymać wsparcie w postaci dofinansowania do 200 tys. zł na pokrycie kosztów usług doradczych służących wypracowaniu stra-

tegi wyjścia na rynki światowe oraz na weryfikację strategii, np. na spotkaniach z przedstawicielami funduszy VC, oraz koszty związane z pobytem na miejscu.

Z przyznaną dotacją przedsiębiorca może zgłosić się do US-Polish Trade Council (Innovation Hub). To fundacja, która współpracuje z NCBiR i pomaga przedsiębiorcom wejść do Doliny Krzemowej. Współpraca z nią jest dwuetapowa. Przede wszystkim przedsiębiorca otrzymuje szkolenie w kraju z zakresu prawa amerykańskiego, prezentacji, praw własności i patentowych. Następnie budowana jest strategia wejścia. Dopiero po tej części przedsiębiorca jedzie do USA, gdzie ma przygotowa-

ne przez US PTC spotkania z partnerami biznesowymi czy inwestorami, cykle szkoleń. Kolejność może być też odwrotna. Przedsiębiorca może zgłosić się do USPTC. Jeśli pomyślnie przejdzie weryfikację, eksperci z fundacji ocenią, że ma szansę zaistnieć na rynku amerykańskim, otrzymuje list polecający do NCBiR, co zwiększy jego szansę na otrzymanie dotacji.

Pomoc US PTC jest płatna. 1,5 tys. zł kosztuje opłata rekrutacyjna, 5 tys. dol. treningi w Polsce i 8 tys. dol. warsztaty i spotkania w Dolinie Krzemowej. W sumie to koszt rzędu 42 tys. zł. Dlatego beneficjenci mają również prawo samodzielnie szukać i wybierać podmioty/instrukcje

otoczenia biznesu niebędące partnerami centrum, które będą wspierać ich w realizacji celów projektu.

W amerykańskich realiach

– Wyjazd do USA i wsparcie US-Poland Innovation Hub było zwrotnym momentem w realizacji projektu produkcji proppantów ceramicznych przez Baltic Ceramics. Tam zawarte zostały pierwsze kontakty, które gwałtownie się rozwinęły i trwają do dziś. Poznaliśmy realne znaczenie ochrony własności intelektualnej w międzynarodowym biznesie – opisuje Piotr Woźniak, prezes Baltic Ceramics, który wziął udział w poprzednim konkursie.

Jak szukać szans na biznes w Dolinie Krzemowej z pomocą PARP lub NCBiR

I etap

Firma otrzymuje dotację w konkursie Go Global (NCBiR) lub Polski Most Krzemowy (PARP)

II etap

Pierwsza część szkoleń w kraju m.in. na temat:

- Specyfiki prowadzenia biznesu w Dolinie Krzemowej
- Sposobów komunikacji i autoprezentacji w USA
- Tworzenia sieci kontaktów
- Aspektów prawnych i podatkowych
- Ochrony własności intelektualnej
- Rynku funduszy wysokiego ryzyka

III etap

- Firma przygotowuje marketingową ekspansję na rynek amerykański
- Firma z ekspertami weryfikuje strategię biznesową
- Firma wskazuje partnerów biznesowych, z którymi chciałaby odbyć spotkania, a także konferencje i szkolenia, w których chciałaby wziąć udział

IV etap

Wyjazd do USA

Firma otrzymuje wsparcie w postaci bonów przeznaczonych na zakup usług doradczych, szkoleniowych i mentorskich z zakresu marketingu, prawa, księgowości, finansów, walidacji produktu, ochrony własności przemysłowej, przygotowania oferty dla potencjalnych inwestorów, poszukiwania partnerów gospodarczych. Ponadto przedsiębiorcy będą uczestniczyć w:

- sesjach prezentacyjnych (pitch sessions) dla potencjalnych partnerów biznesowych,
- spotkaniach biznesowych typu B2B i B2C (zarówno z potencjalnymi klientami, jak i inwestorami)
- spotkaniach networkingowych organizowanych przez organizacje otoczenia biznesu działające w Dolinie Krzemowej

Ekspansja zagraniczna ze wsparciem z Unii lub z pomocą rządu

dokończenie ze str. 1

Firma realizuje projekt o technologii najbardziej rozwiniętej w USA i w ogóle nieobecny w Unii Europejskiej. – Dlatego naturalne było skierowanie się do USA. Wzrost rynku proppantów ceramicznych związany jest z produkcją gazu i ropy naftowej ze złóż niekonwencjonalnych, w tym ze skał łupkowych. Trwający w USA boom w tej części rynku Oil & Gas sprawił, iż podjęliśmy decyzję o rozwoju projektu przede wszystkim w oparciu o wiedzę i doświadczenie specjalistów z USA. Obecnie dostosowujemy go do warunków europejskich – dodaje. Firma notowana na New-Connect jest dziś wyceniana na 130 mln zł.

– Pozycjonując się jako lider światowy w zakresie nowoczesnych technologii, obecność na rynku USA traktujemy jako czynnik strate-

giczny, decydujący o sukcesie na wielu innych rynkach światowych – tłumaczy Julia Senczyszyn, specjalistka ds. marketingu i3D, kolejnej firmy, która wzięła udział w programie. Wsparcie US-Poland Innovation Hub otworzyło jej drzwi do wielu firm i przedsiębiorców pracujących nad rozwiązaniami w dziedzinie treningów i symulacji z wykorzystaniem technologii wirtualnej rzeczywistości. – Badanie lokalnych warunków rynkowych jest niezbędnym elementem skutecznego wdrożenia każdego produktu. Posiadaną przez nas wiedzę ogólną udało nam się poszerzyć o wiedzę na temat konkurencji, możliwości współpracy i promocji, otoczenia biznesowego. Pozyskanie partnerów zakorzenionych na lokalnym rynku także pozwala budować kompetencje i gromadzić kapitał wiedzy niezbędnej do działania

w tak dynamicznej branży – opisuje.

Nowe kierunki

Podobny konkurs, również na ekspansję w Dolinie Krzemowej, zamknęła w ubiegłym tygodniu Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. Kwota dotacji była niższa – 55 tys. zł. Także przewidziano dwa etapy – szkolenie w Polsce i spotkania w USA. Partnerami agencji są US Market Access Centre i Wydział Promocji Handlu i Inwestycji, który w ubiegłym roku otworzył swoje biuro w Dolinie Krzemowej o nazwie Silicon Valley Acceleration Centre. Na wsparcie SVAC mogą również liczyć przedsiębiorcy, którzy nie otrzymali dotacji, ale nie zmieniło to ich planów podboju.

PARP zapowiada, że obecny konkurs był pilotażem. Nie wyklucza kolejnego w tym roku. Od przyszłego roku, gdy ruszy nowe rozdanie pieniędzy z UE, ma być ich więcej, i to nie tylko na wejście do Doliny Krzemowej, ale także na rynki Azji, Afryki i Europy. Przedsiębiorcy mają więc rok, by się przygotować.

Turcja i nie tylko

Oprócz dotacji z UE na wejście do Doliny Krzemowej przedsiębiorcy mogą skorzystać z programów promocji eksportu polskiego rządu – np. w Turcji.

Na stronach Ministerstwa Gospodarki i Krajowej Izby Gospodarczej wisi zaproszenie dla przedsiębiorców do wzięcia udziału w misji gospodarczej do Turcji. W marcu odbędzie się tam Tureckie Forum Gospodarcze. – Chcielibyśmy zaprosić na nie 100 polskich przedsiębiorców przede wszystkim reprezentujących branżę energetyczną oraz ochronę środowiska – mówi wiceminister gospodarki Ilona Antoniszyn-Klik. Dodaje, że chętnym rząd pokryje koszty przelotu i uczestnictwa w forum.

Turcja obok Algierii, Brazylia, Kanady, Kazachstanu, Meksyku i Zjednoczonych Emiratów Arabskich jest na liście siedmiu rynków perspektywicznych, na których promocja jest szczególnie wspierana przez polskie władze, również finansowo. – Problemem wejścia do Turcji jest silna ochrona rynku. Ankara preferuje firmy, które zainwestowały i produkują w Turcji – zaznacza Ilona Antoniszyn-Klik. Dlatego duży polscy inwestorzy, np. Asseco, Polpharma czy Selena, decydują się na produkcję na miejscu. W efekcie bezpośrednio inwestycje polskich firm w Turcji są warte 200 mln euro, czterokrotnie więcej niż tureckich przedsiębiorstw w naszym kraju. Z drugiej jednak strony brak fabryk w Turcji nie przeszkodził Solarisowi, który w ubiegłym roku wygrał przetarg na dostawę 100 autobusów do Izmiru.

Turcja to bardzo chłonny rynek. Oprócz technologii pozyskiwania energii ze źródeł konwencjonalnych i niekonwencjonalnych oraz służących ochronie środowiska Turcy potrzebują rozwiązań teleinformatycznych, sprzętu medycznego i aparatury pomiarowej, materiałów budowlanych, środków transportu, kosmetyków, odzieży i żywności. Dlatego oprócz marcowej misji polski rząd zamierza jeszcze w tym roku zaprosić nasze firmy na pięć imprez targowych. Przedsiębiorcy mogą się ubiegać o zwrot 75 proc. kosztów uczestnictwa.

Go Africa – to program dla firm zainteresowanych wejściem na rynki Algierii, Kenii, Mozambiku, Nigerii, Angoli i RPA. Dla zainteresowanych biznesem w Państwie Środka jest program Go China. Udział w misjach i targach gospodarczych do tych państw także jest dotowany przez polski rząd. Można się ubiegać o refundację przynajmniej 50 proc. kosztów uczestnictwa.

Imprezy targowe i wystawiennicze w Turcji

29 sierpnia – 2 września

Międzynarodowe Targi Wielobranżowe w Izmirze. Branże (m.in.): meble, budownictwo, art. dekoracyjne i wyposażenia mieszkań, AGD, materiały i maszyny budowlane, produkty i technologie chemiczne i petrochemiczne, części, zespoły i akcesoria motoryzacyjne, maszyny i urządzenia rolnicze, urządzenia elektryczne i elektronika użytkowa, sprzęt medyczny, rehabilitacyjny i sportowy, jachty, kosmetyki, przetworzone art. spożywcze, odzież, usługi, finanse, branża wydawnicza.

5-8 września

Międzynarodowe Targi Produktów Spożywczych i Technologii Przetwórstwa Żywności „World Food” w Stambule. Branża artykułów rolno – spożywczych i technologii przetwórstwa żywności.

24-27 października

Międzynarodowe Targi ICT „Cebit Bilisim Eurasia” w Stambule. Branże: elektronika, informatyka, telekomunikacja.

14-16 listopada

Międzynarodowe Targi Turystyki Medycznej „Anfas Hextex” w Antalyi. Eksporтеры, którzy wezmą udział w imprezach promocyjnych w Turcji, mogą się ubiegać o zwrot do 75 proc. kosztów uczestnictwa. Termin składania wniosków o dofinansowanie upływa na 30 dni przed rozpoczęciem imprezy.