



PROGRAM PROMOCJI
BRANŻY BUDOWLANEJ



**„ Fundusze Europejskie – dla rozwoju innowacyjnej gospodarki „
„ Dotacje na innowacje „
„ Inwestujemy w Waszą przyszłość”**

**Projekt - „ Promocja konkurencyjnych produktów BUDMAT poprzez misje
i targi branżowe „
Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka na lata 2007-2013
Działanie POIG 6.5.2.**

**Projekt finansowany w ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju
Regionalnego**

**„ Promocja konkurencyjnych produktów BUDMAT poprzez misje gospodarcze i
targi branżowe”**

w ramach

„ POLSKIE BUDOWNICTWO,,

branżowy program promocji dla branży budownictwa

Beneficjent : BUDMAT – Bogdan Więcek – Płock ul. Otołńska 25

Całkowite projektowane wydatki w projekcie: – 1.442.957,69 PLN

Kwota projektowanych wydatków kwalifikowanych:- 1.173.151,00 PLN

Kwota projektowanego dofinansowania: - 795.044,43 PLN

**Dofinansowanie ze środków publicznych w ramach poddziałania 6.5.2 Programu
Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka – 67,77 % kosztów kwalifikowanych.**



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską
ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego



Opracowanie i wprowadzenie przez firmę BUDMAT- Bogdan Więcek do swojego katalogu ofert produktów modułowych i standaryzacja powtarzalności produktowej pozwoliła na oferowanie obecnie przez BUDMAT produktów nie tylko „dedykowanych” tj. tworzonych i dostarczanych klientowi na indywidualne zamówienie ale również produktów standaryzowanych przez co możliwych do zastosowania przez każdego odbiorcę, a przez to znacząco zwiększył się potencjał eksportowych firmy, gdyż obecna gama produktowa nie wymaga już bliskości zakładów produkcyjnych do rynków zbytu.

Analiza możliwości eksportowych wykazała 3 możliwe do wykorzystania trendy eksportowe: 1/ możliwość oferowania produktów firmy BUDMAT na każdym rynku niezależnie od jego odległości od zakładu produkcyjnego, 2/ możliwość oferowania produktów o najwyższych cechach jakościowych, a wielu przypadkach przewyższających technologicznie produkty konkurencyjne, z zachowaniem atrakcyjnej dla klienta relacji cenowej 3/ możliwość szybkiego zaspokojenia oczekiwań rynku poprzez możliwości znaczącego zwiększenia produkcji przy zachowaniu stałej powtarzalności produktów i ich wysokiej jakości.

Analiza możliwości pozyskania nowych rynków zbytu wykazała co 4 najmniej obszary w których możliwe jest kierowanie ekspansji produktowej firmy BUDMAT: 1/ rynki przechodzące nowe fazy rozwojowe (przekształcenia ustrojowe i gospodarcze) lub nakierowane na szybką modernizację: rynek Europy środkowo – wschodniej, rynek Azji środkowej, rynek bliskiego wschodu, (min. Kazachstan, Azerbejdżan, Mongolia, Ukraina, Birma, Uzbekistan, Maroko, Algieria, Tunezja), 2/ rynki posiadające znaczący potencjał absorpcyjnych przez długofalowe programy inwestycyjne w budownictwie: rynek Europy środkowo – wschodniej, rynek dalekiego- wschodu, rejon Azji środkowej (min. Rosja, Arabia Saudyjska, Katar, Brazylia, Chiny, Indie), 3/ rynki wysoko rozwinięte poszukujące wysoko przetworzonych produktów wysokiej jakości i trwałości, przy konkurencyjnej cenie do podobnych produktów na rynku krajowym - Europa Zachodnia, Europa Południowa, Skandynawia (min. Niemcy, Dania, Austria, Włochy, Szwecja Norwegia), 4/ rynki atrakcyjne ze względu na ich bliskość i dogodność logistyczną – rynki ościenne – Niemcy, Rosja (obwód Kaliningradzki , Czechy, Słowacja, Ukraina, Litwa).

Dotychczasowe doświadczenia w budowania kanałów dystrybucji, poszukiwaniu wiarygodnych partnerów kooperacyjnych oraz sukcesy w strategii wprowadzaniu nowych produktów rynkowych poprzez bezpośrednią ekspozycję na targach branżowych (min. złote medale międzynarodowych targów poznańskich BUDMA, nagroda BUDMA 2013 za stoisko ekspozycyjno targowe) stanęły u podstaw wyboru kierunku promocji firmy oraz jej produktów poprzez udział w międzynarodowych regionalnych targach branżowych i poprzez bezpośrednie kontakty gospodarcze z wykorzystaniem instrumentów misji gospodarczych, które są przygotowywane przez organizacje i agendy państwowe posiadające duże doświadczenie i dających jednocześnie dużą gwarancję solidności rekomendowanych przez nie partnerów handlowych.

Budmat realizując swoje zamierzenia eksportowe przystąpił do Branżowego Programu Promocji Branży Budownictwa realizowanego w ramach poddziałania 6.5.1 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka – Promocja Polskiej Gospodarki na rynkach międzynarodowych został stworzony przez Ministerstwo Gospodarki we współpracy z głównymi polskimi przedsiębiorcami, mający na celu wypromowanie polskich marek eksportowych które będą rozpoznawalne na świecie i kojarzone z Polską. Jedną z wyróżnionych branż w tym programie jest branża budownictwa. Organizatorami promocji eksportowej branży budownictwa w ramach tego poddziałania są min. Krajowa Izba Gospodarcza i Polska Izba Przemysłowo Handlowa Budownictwa.

Stanowiło podstawę do możliwości indywidualnego ubiegania się w otwartym konkursie dotacyjnym organizowanym przez Ministerstwo Gospodarki w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka do dofinansowanie działań eksportowych poprzez targi i misje gospodarcze.

Jest to działanie z zakresu 6. Osi priorytetowej,- Polska gospodarka na rynku międzynarodowym w działaniu 6.5 Promocja polskiej gospodarki, Poddziałaniu 6.5.2 Wsparcie udziału przedsiębiorców w programach promocji.

Wniosek o dofinansowanie działań promocji eksportu został złożony w lutym 2013 r. a punktowane w ocenie wniosku było min. prowadzenie i finansowanie własnej działalności badawczo-rozwojowej na bazie której prowadzony będzie eksport produktów, posiadanie własnych zarejestrowanych patentów na wynalazek, praw ochrony wzorów użytkowych i przemysłowych (Budmat posiada ich już ponad 10), oraz posiadanie akredytowanych certyfikatów jakości w tym także zgodności ISO i zarządzania środowiskiem.

Projekt Budmat pn. „Promocja konkurencyjnych produktów BUDMAT poprzez misje gospodarcze i targi branżowe” w ramach POLSKIE BUDOWNICTWO,- branżowy program promocji dla branży budownictwa uzyskała pozytywną ocenę formalną, merytoryczną i finansową ekspertów oceniających wnioski w Ministerstwie Gospodarki w kwietniu 2013 r., a umowa o dofinansowania została podpisana 8 lipca 2013 r..

W ramach tego działania Budmat uzyskał możliwość dofinansowania 67,77 % - nie więcej jednak niż 795.044,43 PLN - kwalifikowanych wydatków udział w targach branżowych: KAZBULID Almaty, Kazachstan we wrześniu 2013 r., SAUDIBUILD -Arabia Saudyjska – Riyadh w listopadzie 2013 r., BUDMA Poznaniu w styczeń 2014 r., INTERBUD w Kijowie Ukraina w marcu 2014 r., NORDBYGG w Sztokholmie – Szwecja w kwietniu 2014, IBF w Brnie – Czechy w kwiecie 2014 r., MOSBUILD w Moskwie- Rosja w kwietniu 2014 r., KAZBULID – Almaty w Kazachstanie w wrześniu 2014 r., BUDMA Poznań w styczniu 2015r. i BAU – w Monachium w Niemczech w styczniu 2015 r. oraz w misjach gospodarczych w Kazachstanie, Rosji, Ukrainie, Szwecji i w Niemczech.

Pozostałe koszty do 100% ich wartości oraz koszty niekwalifikowane projektu firma BUDMAT finansuje z własnych środków.