

Kontakt dla mediów:

Luiza Nowicka, PARP

e-mail: luiza_nowicka@parp.gov.pl

tel.: 880 524 959

Informacja prasowa

Warszawa, 06.02.2023 r.

Firmy z Małopolski udowadniają, że rozwój nie zna granic. Fundusze Europejskie wspierają ich pomysły

Z pewnością każdy przedsiębiorca byłby w stanie wskazać obszary w swojej firmie wymagające zwiększenia nakładów finansowych. Niezależnie czy chodzi o rozwój produkcji, poszerzenie oferty produktowej czy lepszą promocję oferowanych usług, polscy przedsiębiorcy chętnie sięgali po instrumenty wsparcia, aby te obszary udoskonalać. Inspiracją dla firm ubiegających się o nowe Fundusze Europejskie są przykłady firm m.in. z województwa małopolskiego, które pozyskały już niemal 700 mln zł dofinansowania na realizację swoich planów biznesowych.

696 mln zł – dokładnie tę kwotę przyznanego dofinansowania przekroczyły już projekty ponad tysiąca polskich firm z Małopolski, które ubiegały się o wsparcie ze środków unijnych. Z danych Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) wynika, że przedsiębiorcy z regionu dotychczas chętnie korzystali z oferty konkursów takich jak: „Go to Brand” (wspomagającego promocję na rynkach zagranicznych), „Design dla przedsiębiorców” (wsparcie procesów projektowych), „Bony na innowacje dla MŚP” (nowatorskie rozwiązania, wynikające ze współpracy biznesu z nauką), „Badania na rynek” (wdrożenie na rynek efektów prac badawczo-rozwojowych), realizowanych w ramach Programu Inteligentny Rozwój (POIR). Jakże dokładnie pomysły urzeczywistnili zatem małopolscy przedsiębiorcy?

Nowe relacje biznesowe

Wiele biznesów jest na etapie, w którym istotnym krokiem dalszego rozwoju jest szersze wyjście ze swoją ofertą do potencjalnych klientów. Firmy chętnie korzystają z możliwości realizacji działań promocyjnych na terenie kraju, lecz nie brakuje też przedsiębiorców, celujących w ekspansję zagraniczną. Beneficjenci konkursu „Go to Brand” mieli szansę na nawiązanie nowych kontaktów na zagranicznych targach branżowych, czego przykładem są firmy **OLIDENT** (producent wysokiej jakości materiałów stosowanych w stomatologii) oraz **EM-MED** (producent urządzeń medycznych, szczególnie w obszarze kontrolowanej hipotermii). OLIDENT pozyskało z programu niemal 350 tys. zł, które przeznaczono na internacjonalizację materiałów informacyjnych i reklamowych oraz uczestnictwo w szeregu targów i konferencji. Nacisk położono na promocję wypełnień stomatologicznych, a realizacja projektu przyniosła firmie na tyle istotny wzrost zainteresowania

ofertą produktową, że obroty firmy wzrosły o ponad 25%. Jak z kolei podkreślają przedstawiciele EM-MED, uczestnictwo w serii targów pozwoliło im nawiązać współpracę dystrybucyjną z nowymi rynkami. Dzięki środkom unijnym udało się wypromować urządzenie stosowane m. in. przy nagłym zatrzymaniu krążeniu, udarach czy encefalopatii u noworodków. Liczne światowe badania potwierdzają skuteczność terapii. Firma wzięła udział w licznych targach i misjach wyjazdowych, tj. Medica w Dussledroffie, Arab Health w Dubaju, FIME w Miami oraz EXPOMED EURASIA w Istambule.

Wśród firm promujących swoje produkty na rynkach zagranicznych, znalazła się również **Codete** odpowiedzialna za tworzenie i implementowanie dedykowanego oprogramowania w technologiach webowych, mobilnych, bazodanowych, Big Data i Data Science oraz Enterprise, a także oprogramowania właściwego dla audytu i konsultingu w zakresie IT. Projekt miał na celu rozwinięcie sprzedaży eksportowej produktów i usług firmy na takich rynkach jak: Niemcy, Wielka Brytania, USA, Izrael oraz Finlandia. Dzięki temu wzrosła rozpoznawalność oraz konkurencyjność firmy.

Innowacyjna codzienność

W Małopolsce nie brakuje kreatywnych pomysłów biznesowych, które wywierają pozytywny wpływ na codzienne życie. **Piekarnia Tomasz Nosek z Wieliczki** postanowiła włączyć do swojej oferty produkt, na który pojawia się coraz większe zapotrzebowanie rynkowe – pieczywo o właściwościach prozdrowotnych. Dzięki zgłoszeniu do konkursu „Bony na innowacje dla MŚP” firma pozyskała 440 tys. zł. Chcąc zaoferować swoim klientom sprawdzony produkt, środki te przeznaczono na opracowanie nowego wyrobu we współpracy z jednostką naukową. Badaniami, nad pieczywem o zwiększonej zawartości substancji żywieniowych i prozdrowotnych, zajął się Instytut Biotechnologii Przemysłu Rolno-Spożywczego im. Prof. Wacława Dąbrowskiego. W efekcie do konsumentów trafił nowy rodzaj pieczywa, który spotkał się z bardzo pozytywnym odbiorem.

Z Programu Inteligentny Rozwój, konkursu „Badania na rynek”, skorzystała też znana szerzej **Fabryka Kart Trefl z Krakowa**, słynąca z produkcji gier karcianych i planszowych. Firma postanowiła wyjść naprzeciw rosnącemu zainteresowaniu planszówkami i wzmocnić swoją konkurencyjność poprzez zastosowanie innowacyjnego rozwiązania, gwarantującego poprawę właściwości higienicznych swoich produktów. Podczas grania poszczególne elementy przechodzą z rąk do rąk, co sprzyja rozwojowi bakterii. Trefl postanowił zabezpieczyć swoje produkty specjalnym lakierem o właściwościach biobójczych. Dzięki dofinansowaniu, wartemu ponad 8,3 mln zł, firma zakupiła urządzenia, pozwalające na realizację tej koncepcji. Projekt był odpowiedzią na dynamiczny rozwój branży w Polsce i w Europie oraz na stale zwiększające się wymagania produktowe kontrahentów.

Komfort życia wiąże się nie tylko z właściwościami użytkowymi, ale także z aspektem wizualnym przedmiotów w naszym otoczeniu. **BASTER**, firma specjalizująca się w wytwarzanych rzemieślniczo akcesoriach dla psów, wyszła naprzeciw oczekiwaniom swoich klientów i opracowała nowe produkty o spójnej identyfikacji wizualnej. Do oferty dla właścicieli czworonogów trafiły m.in.

kapoki zabezpieczające psy ratownicze podczas akcji na wodzie, organizator treningowy czy maty izolacyjne. Produkowane akcesoria dedykowane są one zarówno dla osób aktywnie spędzających czas z psami, jak i tych zajmujących się ich szkoleniem, w tym dla profesjonalnych służb ratowniczych (GOPR, TOPR, Straży Pożarnej, Policji i WOPR). Jak podkreśla firma, poszerzona oferta wzmocniła wizerunek marki i przyniosła efekty ekonomiczne w kraju i za granicą. BASTER na realizację projektu, dzięki konkursowi „Design dla przedsiębiorców”, pozyskał niemalże 318 tys. zł.

– Chcielibyśmy, żeby przedsiębiorcy w Polsce czerpali inspirację z pomysłów małopolskich firm i dostrzegli obszary warte wsparcia w obrębie swoich działalności. Wiele z nich, z dużym prawdopodobieństwem, może zostać zagospodarowane dzięki dostępnym dofinansowaniom ze środków unijnych. Program POIR w powyższym wydaniu zakończył się, jednak Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości wciąż będzie prowadzić liczne nabory, których celem będzie przekazywanie Funduszy Europejskich wśród polskich – chcących się rozwijać – firm. W 2023 r. w programie Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki czeka blisko 7,37 mld zł. Już 7 lutego ogłaszamy pierwszy konkurs w Ścieżce SMART na realizację kompleksowych projektów dla MŚP. Łączna kwota przeznaczona na ten konkurs w br. to niemal 6,7 mld zł, a w pierwszym naborze na dofinansowanie projektów przeznaczone będzie 4,45 mld zł. Firmy będą mogły zgłaszać swoje projekty od 21 lutego – mówi – **Dariusz Budrowski, prezes Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.**

Celem konkursu Ścieżka SMART jest rozwój działań badawczych i innowacyjnych, wzmocnienie współpracy między biznesem a podmiotami naukowymi, skupiającej się m.in. na gospodarce niskoemisyjnej, zmianach klimatu oraz gospodarce o obiegu zamkniętym (GOZ).

W jego ramach przewidziano kompleksowe wsparcie projektów obejmujących m.in. działalność badawczo-rozwojową, wdrażanie innowacji, cyfryzację, zazielenienie przedsiębiorstw, internacjonalizację oraz podwyższanie kompetencji.

Więcej informacji o przykładach realizacji projektów w ramach Funduszy Europejskich, w konkursach Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, znajduje się na wskazanej stronie.

Więcej informacji o programie FENG znajduje się na wskazanej stronie.