



Kontakt dla mediów:

e-mail: media@parp.gov.pl

Informacja prasowa

Warszawa, 29.05.2024 r.

Zagraniczne sukcesy polskich firm dzięki wsparciu Funduszy Europejskich w PARP

Od momentu przystąpienia Polski do Unii Europejskiej polskie firmy weszły z impetem na zagraniczne rynki i coraz śmielej rozszerzają swoją działalność. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) wspierała tę ekspansję. W ciągu 20 lat obecności we Wspólnocie PARP przekazała unijne dofinansowania na ten obszar z Programu Inteligentny Rozwój (POIR) oraz Polska Wschodnia (POPW). Jak można dostrzec na podstawie przykładów sukcesów, ta pomoc przyniosła realne efekty.

Czy wiesz, że...?

Za sprawą członkostwa w UE polskie przedsiębiorstwa zyskały dostęp do jednolitego rynku europejskiego, co umożliwiło im łatwiejszy handel, swobodę inwestycji i dostęp do większej liczby konsumentów. Bardzo szybko przyniosło to efekty. Dzięki kreatywności i pracowitości przedsiębiorców, odpowiednio wspieranych środkami unijnymi, gospodarka pręźnie się rozwijała. Polska znalazła się na szczycie listy krajów z najszybszym wzrostem gospodarczym minionych dwóch dekad – wynika z raportu Banku Pekao „20 lat Polski w Unii Europejskiej z perspektywy przedsiębiorstw i sektorów gospodarki”.

Tak korzystny grunt, pozwolił polskim przedsiębiorcom na kolejny krok – ekspansję zagraniczną. Zgodnie z „Raportem o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce 2023”, proces umiędzynarodowienia polskiej gospodarki postępuje dynamicznie. Od 2016 r. relacja eksportu do PKB przekracza 50%, a polskie przedsiębiorstwa zajmują się w coraz większym stopniu zaspokajaniem popytu konsumentów zagranicznych niż polskich.

Polskie marki promowane na świecie

Naturalne kosmetyki

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości pomaga promować firmy o bardzo różnym profilu. Dobrym przykładem jest D'Alchemy, producent naturalnych kosmetyków. Firma otrzymała dofinansowanie w wysokości ponad 775 tys. złotych, co przełożyło się na zdobycie nowych klientów i wzmocnienie pozycji marki na zagranicznych rynkach. Innowacyjne użycie hydrolatu roślinnego jako bazy kosmetyków zastępującego wodę dostrzeżono dzięki

promocji firmy podczas międzynarodowych targów i wydarzeń branżowych m.in. w Japonii, we Włoszech, USA, Chinach czy Zjednoczonych Emiratach Arabskich.

W podobny sposób ekspansję zagraniczną przeprowadziła firma Stara Mydlarnia, także producent kosmetyków naturalnych, tj. kosmetyki do pielęgnacji twarzy, ciała, włosów, a także ręcznie wytwarzane kule i muffiny do kąpieli oraz mydła. Dofinansowanie w ramach tego samego działania „Go to Brand”, w wysokości blisko 390 tys. zł, umożliwiło przedsiębiorstwu uczestnictwo w 2019 roku w ważnych imprezach targowo-wystawienniczych – m.in. we Włoszech, w Zjednoczonych Emiratach Arabskich czy Hongkongu. Obecność w tych miejscach pomogła marce w zdobyciu nowych rynków i zwiększeniu sprzedaży za granicą.

Zaawansowane technologie

PRODROBOT to innowacyjny robot rehabilitacyjny polskiej produkcji, przeznaczony do terapii kończyn dolnych u dzieci. Urządzenie unikalne na skalę światową wymagało promocji, w czym pomogły środki z Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój. Na ten cel polskiej firmie została przekazana dotacja w wysokości niemal 483 tys. zł. Wykorzystano ją na prezentacje robota w takich krajach jak: USA, Niemcy, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Turcja, Brazylia, Kazachstan i Korea Południowa. Co warto podkreślić, marce Prodrum udało się osiągnąć status firmy obecnej na globalnym rynku zaawansowanych technologicznie urządzeń rehabilitacyjnych oraz takich, które pomagają niepełnosprawnym dzieciom w ich codziennym życiu.

Kolejną polską firmą, która odniosła sukces na rynku międzynarodowym w zakresie zaawansowanych technologii, jest AP Tech sp. z o.o. Celem przedsiębiorstwa był rozwój i promocja mobilnej aplikacji dla pilotów samolotów i helikopterów – systemu nawigacyjnego ClearAirSpace. Aplikacja została wyposażona w szereg funkcjonalności, dzięki którym użytkownik ma możliwość pracy w trybie offline, planowania oraz zapisu trasy lotu, zobrazowania przestrzeni powietrznej i dróg lotniczych. Ponadto zapewnia m. in. dostęp do map lotniczych, kart podejść, planów lotnisk, stref wyłączonych z lotów. Nacisk położono na zwiększenie świadomości o produkcie na rynkach perspektywicznych, zintensyfikowanie powiązań z zagranicznymi partnerami oraz zwiększenie rozpoznawalności marki i przychodów ze sprzedaży zagranicznej. W ramach projektu zaplanowano udział w 7 imprezach targowo-wystawienniczych w charakterze wystawcy oraz misje wyjazdowe do Kanady i USA, a także przyjazd gości z tych krajów. Wsparcie z Funduszy Unijnych w ramach działania „Go to Brand” wyniosło blisko 794 tys. zł.

Podbój rynku biżuterii w USA i Chinach

Przedstawiciel branży jubilerskiej także skorzystał ze wsparcia unijnego. Marka Silvam Ex, specjalizująca się w produkcji i sprzedaży biżuterii srebrno-bursztynowej, otrzymała blisko 848 tys. zł. Dotację przeznaczono na podniesienie konkurencyjności spółki poprzez udział w zagranicznych imprezach gospodarczych. Firma mogła skutecznie promować swoją markę na międzynarodowych rynkach, co przyczyniło się do zwiększenia eksportu i umocnienia

pozycji za granicą. W ramach projektu producent odbył 17 wyjazdów – misji targowych, w których główny nacisk promocji został położony na rynki perspektywiczne, jak Chiny i USA.

Produkt polskiej marki spotkał się z dużym zainteresowaniem odbiorców, co zaowocowało podpisaniem nowych kontraktów handlowych, a w konsekwencji zwiększyło przychody ze sprzedaży.

Wsparcie dla D'Alchemy, Starej Mydlarnii, Prodomus, AP Tech oraz Silvam Ex zostało zrealizowane z funduszy działania „Go to Brand” Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój.

Eksport z Polski Wschodniej

Ze wsparcia aktywnie korzystały firmy mające swoje siedziby w Polsce Wschodniej. Efektem obecności Funduszy Europejskich w tamtym regionie i współpracy z PARP był znaczący wzrost eksportu przedsiębiorstw.

Firma Bendex, operująca w branży produkcyjnej, skorzystała ze środków unijnych na rozwój eksportu. Dzięki wsparciu w ramach działania „Internacjonalizacja MŚP” Bendex otrzymało dofinansowanie w wysokości blisko 99 tys. zł. Środki pozwoliły na opracowanie modelu internacjonalizacji, który określał warunki wejścia na rynki zagraniczne wraz ze wskazaniem najefektywniejszych narzędzi marketingowych i promocyjnych oraz instrumentów finansowych obniżających ryzyko eksportowe. Bazując na przygotowanej ekspertyzie, firma wzięła udział w międzynarodowych wystawach i targach branżowych.

Bester Sklejki z powodzeniem realizowała strategię internacjonalizacji dzięki wsparciu w wysokości 28 tys. złotych. Dzięki środkom unijnym firma mogła na imprezach targowo-wystawienniczych dotyczących przemysłu meblarskiego prezentować ofertę mebli gotowych oraz ofertę akcesoriów dekoracyjnych, wystroju sal konferencyjnych, ścianek działowych i wygłuszających. Uczestnictwo w międzynarodowych targach pomogło firmie pochodzącej z Łańcuta nawiązać nowe kontakty handlowe i rozszerzyć swoją działalność na rynki zagraniczne, np. rynek niemiecki i szwajcarski.

Wsparcie dla firmy Bendex oraz Bester Sklejki zostało zrealizowane w ramach naboru „Internacjonalizacja MŚP” Programu Operacyjnego Polska Wschodnia.



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



PARP
Grupa PFR