

Załącznik Nr 1 do Uchwały Nr 18/228/20/VI
Zarządu Województwa Warmińsko-Mazurskiego
z dnia 28 kwietnia 2020r.

Zakres rzeczowy wraz z harmonogramem przygotowania projektu

pt. „Promocja gospodarcza Warmii i Mazur 2020+” zidentyfikowanego do wdrożenia w trybie pozakonkursowym w ramach:

- osi priorytetowej **I Inteligentna gospodarka Warmii i Mazur**,
- działania **1.4 Nowe modele biznesowe i ekspansja**,
- poddziałania **1.4.1 Promocja gospodarcza regionu**

Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Warmińsko-Mazurskiego na lata 2014-2020.

1. Informacje o Beneficjencie:

- Województwo Warmińsko-Mazurskie z siedzibą w Olsztynie przy ul. Emilii Plater 1, 10-562 Olsztyn;**
- Dla Projektu zostanie podjęta Uchwała Zarządu Województwa Warmińsko-Mazurskiego w sprawie dofinansowania projektu własnego Samorządu Województwa Warmińsko-Mazurskiego;
- dane osoby wyznaczonej do kontaktów ze strony Beneficjenta:**

1.	Imię i nazwisko:	Robert Szewczyk
2.	Pełniona funkcja:	Dyrektor Departamentu Koordynacji Promocji
3.	Numer telefonu:	89 51 25 173
4.	Numer faksu:	89 51 25 179
5.	E-mail:	r.szewczyk@warmia.mazury.pl

2. Zakres rzeczowy Projektu:

(Opis przedsięwzięcia, w tym zakładane wskaźniki produktu i rezultatu)

Wszystkie działania zaplanowane do realizacji w ramach projektu powstały w oparciu o wyniki konsultacji, „Założenia w zakresie polityki inwestycyjnej województwa warmińsko-mazurskiego ze szczególnym uwzględnieniem promocji gospodarczej regionu”, a także w oparciu o „Strategię marki województwa warmińsko-mazurskiego na lata 2014+”. Ich wdrożenie przełoży się na efekt w postaci podpisanych listów intencyjnych lub porozumień z zewnętrznymi kontrahentami. Promowanym obszarem będzie województwo, z naciskiem na tzw. inteligentne specjalizacje. Wnioskodawca zaplanował zaangażowanie 15 MŚP w wybrane działania w ramach projektu (15 MŚP zostanie zaangażowanych w misje przyjazdowe i/lub kampanię w mediach oraz OOH i/lub konferencję meblarską i/lub wydarzenie „Otwarcie na Skandynawię”). Przedsięwzięcia realizowane będą przy wykorzystaniu mediów o zasięgu ogólnokrajowym i międzynarodowym. Celem projektu jest zarówno wypromowanie oferty gospodarczej województwa, jak i wzrost napływu bezpośrednich inwestycji zewnętrznych (w tym zagranicznych) do regionu.

Planowane działania (konkretne kategorie kosztu zostaną doprecyzowane na etapie tworzenia studium wykonalności)

- 1) Studium wykonalności Projektu
- 2) Serwis współpracy gospodarczej – zmodernizowana wersja strony internetowej invest.warmia.mazury.pl będzie stanowiła internetową platformę łączącą samorząd z inwestorami. Oprócz szczegółowych informacji dla potencjalnych inwestorów dotyczących procedur inwestycyjnych serwis będzie zawierał interaktywną bazę terenów inwestycyjnych w regionie, propozycje współpracy z poszczególnymi firmami, a także informacje o licznych przedsięwzięciach związanych z promocją gospodarczą regionu. Strona będzie responsywna (dostosowana do urządzeń mobilnych).
- 3) Misje przyjazdowe - działanie, podczas którego przedstawiciele firm z krajów UE będą mieli możliwość spotkania się z przedsiębiorcami z regionu Warmii i Mazur. Podczas każdego z działań odbędą się rozmowy B2B. Misja ma na celu umożliwienie zainteresowanym przedsiębiorcom znalezienie nowych rynków zbytu lub nawiązania nowych, międzynarodowych relacji biznesowych. Zadanie składa się z 3 edycji.

- 4) Business Breakfast – spotkania dedykowane konkretnej grupie docelowej - dla przedsiębiorców polskich spółek i/lub oddziałów, centrali, spółek-córek firm zagranicznych spoza regionu Warmii i Mazur zainteresowanych inwestycjami, re-inwestycjami lub relokacją przedsiębiorstwa do województwa warmińsko-mazurskiego. Spotkania odbędą się w dużych ośrodkach miejskich i będą poprzedzone kampanią promującą zarówno samo spotkanie jak i gospodarcze walory regionu (media internetowe, marketing celowany). Zadanie składa się z 2 edycji.
- 5) Broszury / ulotki – materiały promocyjne w formie broszur i ulotek będą zawierały najważniejsze informacje o regionie, z uwzględnieniem podziału na priorytetowe sektory gospodarki. Materiały zostaną sporządzone w języku polskim, angielskim i niemieckim, w wersji papierowej i elektronicznej. Będą dystrybuowane podczas wydarzeń projektowych, a także spotkań z potencjalnymi inwestorami.
- 6) Folder "Region, w którym warto żyć" - aktualizacja i dodruk wydawnictwa promującego walory regionu Warmii i Mazur (gospodarcze, kulturowe, jakości życia). Wydawnictwo w 4 językach (polski, angielski, niemiecki, rosyjski).
- 7) Kampania w mediach oraz OOH - działania w ramach kampanii promocyjnej będą miały na celu zbudowanie wizerunku województwa jako regionu atrakcyjnego do inwestycji i zamieszkania. Działania będą prowadzone wielokanałowo:
- kampania medialna w prasie polskiej i zagranicznej (w wybranych krajach UE), z wyłączeniem prasy ukazującej się jedynie na Warmii i Mazurach,
 - kampania medialna w radiu i telewizji o zasięgu ogólnopolskim, z wyłączeniem mediów o zasięgu ograniczonym do woj. warmińsko-mazurskiego,
 - kampania medialna w Internecie (w tym działania w social media, Google Ads, Gmail, reklamy displayowe), w kraju i wybranych krajach UE,
 - reklama OOH (w kraju).
- Planowana jest również ewaluacja działań, mająca na celu przeprowadzenie badań wizerunkowych przed i po kampanii.
- 8) Konferencja meblarska - zadanie skierowane do przedstawicieli firm i instytucji otoczenia biznesu z regionu oraz pozostałej części kraju. Celem tego zadania jest stworzenie dla

przedsiębiorców z Warmii i Mazur możliwości do dyskusji na temat aktualnych problemów i wyzwań dla przemysłu drzewnego oraz meblarskiego, poznanie oczekiwań przedstawicieli branży ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju działalności na rynku krajowym i międzynarodowym, budowanie wizerunku Warmii i Mazur jako miejsca atrakcyjnego dla inwestorów oraz wymiana doświadczeń w zakresie branży drzewnej i meblarskiej. Zadanie składa się z trzech edycji.

- 9) Otwarcie na Skandynawię - wydarzenie podczas którego przedstawiciele skandynawskich firm oraz instytucji otoczenia biznesu zainteresowani podjęciem współpracy z partnerami z Warmii i Mazur mają możliwość zapoznania się z ofertą gospodarczą województwa. Celem wydarzenia jest zaprezentowanie potencjału inwestycyjnego i możliwości eksportowych województwa warmińsko-mazurskiego przedsiębiorcom ze Skandynawii, a także umożliwienie wymiany doświadczeń i nawiązania kontaktów biznesowych pomiędzy gośćmi z zagranicy a przedstawicielami biznesu z Warmii i Mazur. Zadanie składa się z trzech edycji.
- 10) Expo Dubaj - przedsięwzięcie polegające na udziale województwa warmińsko-mazurskiego (w ramach Programu Promocji Regionalnej) w Wystawie Światowej EXPO - największym i najbardziej prestiżowym wydarzeniu na świecie, łączącym wątki gospodarcze, promocyjne, kulturalne i turystyczne. Głównym celem udziału województwa w wydarzeniu jest promocja gospodarcza - wzmocnienie kontaktów gospodarczych województwa z ZEA oraz całym rejonem Bliskiego Wschodu w zakresie wspierania regionalnych przedsiębiorców w poszukiwaniu nowych rynków zbytu oraz budowaniu trwałych relacji handlowych, a także w zakresie współpracy naukowej. Kolejnym celem jest budowa wizerunku: kształtowanie wizerunku Polski, w tym również regionu Warmii i Mazur w obszarach związanych z tematem przewodnim Wystawy - Connecting Minds, Creating the Future – Łącząc umysły, tworzymy przyszłość. Temat przewodni rozwijają trzy podtematy: Opportunity (Szanse), Mobility (Mobilność) i Sustainability (Zrównoważony Rozwój).
- 11) #WaMaMarketing – zadanie polega na organizacji dwóch konferencji marketingowych z zakresu nowych technologii, social media, e-commerce i wirtualnej rzeczywistości w nowoczesnej formule, z udziałem prelegentów wysokiej rangi, w tym zagranicznych i transmisją na żywo. Dzięki udziałowi w #WaMaMarketing uczestnicy zwiększą swoje

umiejętności m.in. w kierunku nowoczesnych strategii marketingowych. Wydarzenie będzie skierowane do przedsiębiorców, JST, IOB, NGO, sektora edukacyjnego, kulturalnego, naukowego, studentów i innych mieszkańców regionu zainteresowanych ww. tematyką.

Zakładane wskaźniki:

• produktu

- Liczba przedsiębiorstw biorących udział w działaniach promocji gospodarczej – **15**

Źródło danych: agendy/programy konferencji/wydarzeń potwierdzające udział MŚP w roli prelegentów/ekspertów prowadzących panele dyskusyjne i/lub wydane przez Wnioskodawcę zaświadczenia o udzielonej pomocy de minimis, raporty pomocy otrzymanej przez Beneficjenta wygenerowane z systemu SHRIMP.

- Liczba wspartych przedsięwzięć informacyjno-promocyjnych o charakterze krajowym - **10**

Źródło danych: protokoły odbioru (częściowe i końcowe), sprawozdania wykonawców z realizacji zadań.

- Liczba wspartych przedsięwzięć informacyjno-promocyjnych o charakterze międzynarodowym - **12**

Źródło danych: protokoły odbioru (częściowe i końcowe), sprawozdania wykonawców z realizacji zadań.

• rezultatu

- Liczba porozumień/listów intencyjnych z zewnętrznymi kontrahentami jako efekt promocji gospodarczej - **2**

Źródło danych: realna liczba podpisanych porozumień / listów intencyjnych.

- Liczba odbiorców/uczestników przedsięwzięć informacyjno-promocyjnych o charakterze krajowym – wartość tego wskaźnika zostanie doprecyzowana na etapie tworzenia studium wykonalności.

- Liczba odbiorców/uczestników przedsięwzięć informacyjno-promocyjnych o charakterze międzynarodowym – wartość tego wskaźnika zostanie doprecyzowana na etapie tworzenia studium wykonalności.

3. Szacowany budżet Projektu:

Szacunkowe maksymalne całkowite koszty realizacji Projektu wynoszą **8 430 000,00 PLN** (słownie: **osiem milionów czterysta trzydzieści tysięcy złotych, 00/100 PLN**), w tym:

- 1) kwota wydatków kwalifikowalnych na realizację Projektu wynosi **8 426 470,00 PLN** (słownie: **osiem milionów czterysta dwadzieścia sześć tysięcy czterysta siedemdziesiąt złotych, 00/100 PLN**),
- 2) wkład własny Beneficjenta w realizację Projektu wynosi **1 267 500,50 PLN** (słownie: **milion dwieście sześćdziesiąt siedem tysięcy pięćset złotych, 50/100 PLN**), w tym wkład własny Beneficjenta w odniesieniu do wydatków kwalifikowanych wynosi **1 263 970,50 PLN** (słownie: **milion dwieście sześćdziesiąt trzy tysiące dziewięćset siedemdziesiąt złotych, 50/100 PLN**) i nie może być niższy niż **15%** kwoty wydatków kwalifikowalnych, zaś wkład własny Beneficjenta na pokrycie wydatków niekwalifikowalnych wynosi **3 530,00 PLN** (słownie: **trzy tysiące pięćset trzydzieści złotych, 00/100 PLN**),
- 3) wysokość dofinansowania ze środków Programu wynosi maksymalnie **1 614 048,02 euro**, tj. **7 162 499,50 PLN** (słownie: **siedem milionów sto sześćdziesiąt dwa tysiące czterysta dziewięćdziesiąt dziewięć złotych, 50/100 PLN**) według kursu **1 euro = 4,4376** i nie przekracza **85%** rzeczywistej kwoty wydatków kwalifikowalnych.

4. Przewidywane terminy realizacji Projektu:

- a) Przewidywany termin złożenia dokumentacji projektowej wraz z wnioskiem o dofinansowanie: **II kw. 2020 roku**
- b) Przewidywany termin rozpoczęcia realizacji inwestycji: **IV kw. 2020 roku**
- c) Przewidywany termin zakończenia realizacji inwestycji: **lipiec 2023 roku**

5. Harmonogram przygotowania Projektu:

Priorytet	Nazwa projektu/ zakres inwestycji	Orientacyjny koszt całkowity (mln PLN)	Źródła finansowania	Przewidywany okres realizacji	Miejsce realizacji	Studium wykonalności	Decyzja o środowiskowych uwarunkowaniach	Pozwolenie na budowę	Dokumentacja techniczna	Stan zaawansowania procedury przetargowej	Dostępność terenu pod inwestycje	Przewidywany termin złożenia wniosku o dofinansowanie	Instytucja odpowiedzialna za realizację	Informacje dodatkowe
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
I Inteligentna Gospodarka Warmii i Mazur	1.4 Nowe modele biznesowe i ekspansja													
1.4.1 Promocja gospodarcza regionu	„Promocja gospodarcza za Warmii i Mazur 2020+”	8,43	85% - środki EFRR 15% - wkład własny Beneficjenta	IV kw. 2020 - 07.2023	Województwo Warmińsko-Mazurskie Polska Kraje UE Kraje Europy nie należące do UE Kraje spoza Europy	04.2020	Nie dotyczy	Nie dotyczy	Nie dotyczy	Liczba przewidywanych kontraktów: 19	Nie dotyczy	II kw. 2020	Województwo Warmińsko-Mazurskie (Departament Koordynacji Promocji)	-
Priorytet inwestycyjny 3b. „Opracowanie i wdrażanie nowych modeli biznesowych dla MŚP, w szczególności w celu umiędzynarodowienia”														

Objaśnienia do poszczególnych kolumn:

- Nazwa w ramach ustalonych priorytetów Programu.
- Nazwa Projektu lub zakres inwestycji objęty Projektem.
- Przewidywany koszt całkowity Projektu, łącznie z kosztami niekwalifikowalnymi.
- Źródła finansowania przygotowania wymaganej dokumentacji np. sw, zakup gruntów.
- Przewidywany termin rozpoczęcia (podpisanie pierwszego kontraktu) i zakończenia (podpisanie ostatniego protokołu odbioru) realizacji Projektu (miesiąc, rok).
- Nazwa gminy/miejscowości, gdzie inwestycja jest lub będzie realizowana. W przypadku przedsięwzięć liniowych np. ciągów dróg, szlaków wodnych, sieci energetycznych, itp. – nazwy gmin na terenie których przedsięwzięcie jest lub będzie realizowane.
- Stan zaawansowania przygotowania studium wykonalności (obejmującego analizę finansową i ekonomiczną), przewidywany termin zakończenia prac (miesiąc, rok).
- Stan zaawansowania procedury związanej z przeprowadzeniem postępowania w sprawie oceny oddziaływania na środowisko, przewidywany termin uzyskania wszystkich decyzji o środowiskowych uwarunkowaniach (Natura 2000) (miesiąc, rok). Zgodnie z ustawą z dnia 27 kwietnia 2001 r. Prawo ochrony środowiska (Dz. U. z 2019 r., poz. 1396, z późn. zm.).
- Opis przewidywanej ilości niezbędnych pozwoleń na budowę w ramach Projektu wraz z prognozowanym terminem uzyskania pierwszego i ostatniego pozwolenia (miesiąc, rok).
- Dokumentacja techniczna (miesiąc, rok).
- Orientacyjny stan zaawansowania procedury przetargowej, liczba przewidywanych kontraktów, prognozowany termin ogłoszenia pierwszego przetargu (miesiąc, rok).
- Stopień pozyskania terenów pod inwestycje (w%), przewidywany termin zakończenia procedury wykupu gruntów dla całej inwestycji (miesiąc, rok).
- Przewidywany termin złożenia wniosku o dofinansowanie do Instytucji Zarządzającej/Instytucji Pośredniczącej (kwartał, rok).
- Wskazanie instytucji odpowiedzialnej za przygotowanie i realizację Projektu.
- Uwagi i informacje dotyczące zaawansowania przygotowania Projektu.