

eksporter

magazyn przedsiębiorców

NR 2(6)/2015

Rusza wielka machina dotacyjna w regionie

Produkty
regionalne
i tradycyjne

Wpływ sankcji UE i innych
ograniczeń eksportowych
na działania eksporterów

Tworzenie strategii
eksportowej w firmie



Wsparcie dla biznesu w zasięgu ręki

SŁOWEM WSTĘPU

To już za chwilę. Firmy z województwa zachodniopomorskiego już wkrótce będą miały na wyciągnięcie ręki znaczne środki unijne na rozwój działalności. To wielomiesięczne wyczekiwanie na pierwsze nabory dobiega końca. Firmy, które zaczynają się interesować dotacjami, z pewnością zauważają jakościową zmianę. Teraz będzie się im opłacało współpracować z sektorem nauki. Przedsiębiorcy, którzy szybko to rozumieją, będą mieli wiele możliwości na wsparcie unijne. Stymulowanie współpracy nauki z biznesem z pewnością spowoduje wzrost ilościowy takiej współpracy. Ale jak to się przełoży na jej jakość? Niestety, ostatnio obserwujemy zgłaszające się do nas firmy pod hasłem: „Słyszałem, że będą środki na badania i rozwój, chciałbym je pozyskać”. Podczas rozmowy okazuje się, że w ogóle nie rozumieją one istoty B+R i, niestety, można odnieść wrażenie, że dla Euro nawet z sektorem nauki są w stanie nawiązać współpracę. To samo dotyczy zresztą naukowców. Co z tego wyjdzie? Oczywiście będą wymierne efekty takiej współpracy, ale część środków zostanie z pewnością po prostu „przejeźdźona”. Warto zadać pytanie: Czy takie stymulowanie współpracy nauki z biznesem rzeczywiście doprowadzi do realnej współpracy czy będą to raczej doraźne działania prodotacyjne? Wydaje się, że choć środki unijne są dobrym argumentem dla obu stron do nawiązania takiej współpracy, to postrzeganie rzeczywistości przez te dwie strony i realia ich funkcjonowania spowodują, że rzeczywistych efektów wykorzystania środków na badania i rozwój nie będzie zbyt wiele. Ale może się mylę? Tak czy inaczej: gotowi na start? START!



Paweł Mieczan

Redaktor naczelny magazynu „Eksporter”, specjalizujący się w internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw, dotacjach unijnych oraz klastrach.

Paweł Mieczan

Magazyn „Eksporter”

Redaktor naczelny: Paweł Mieczan

Redakcja: Regionalne Centrum Innowacji i Transferu Technologii

Wydawca: Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie

ul. Jagiellońska 20-21, 70-363 Szczecin

tel./fax + 48 91 449 43 54, e-mail: eksporter@zut.edu.pl, www.innowacje.zut.edu.pl



Enterprise Europe Network jest największą na świecie siecią wsparcia rozwoju współpracy technologicznej i handlowej, dającą możliwość nawiązania kontaktów międzynarodowych lokalnym firmom i instytucjom. Obejmuje ona swoim zasięgiem ponad 50 krajów na całym świecie i obsługiwana jest przez niemal 600 punktów kontaktowych. Dzięki dofinansowaniu z Komisji Europejskiej, usługi sieci są dla przedsiębiorstw bezpłatne.

Publikacja została sfinansowana ze środków Komisji Europejskiej w ramach projektu Enterprise Europe Network.



RUSZA WIELKA MACHINA DOTACYJNA W REGIONIE



Już w trzecim kwartale bieżącego roku uruchomione zostaną dla zachodniopomorskich przedsiębiorców pierwsze nabory wniosków w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego województwa na lata 2014 – 2020. Na co w pierwszej kolejności zostaną przeznaczone środki?

Na 2015 r. Urząd Marszałkowski zaplanował dla przedsiębiorców nabory w trzech działaniach, tj. 1.1 Projekty badawczo – rozwojowe przedsiębiorstw, 1.5 Inwestycje przedsiębiorstw wspierające rozwój regionalnych specjalizacji oraz inteligentnych specjalizacji oraz 1.6 Tworzenie nowych miejsc pracy na obszarze Specjalnej Strefy Wyłączenia (SSW). Pierwszy nabór ma się rozpocząć już we wrześniu.

Projekty badawczo – rozwojowe przedsiębiorstw

Na lata 2014 – 2020 zaplanowano istotne wsparcie na rzecz kojarzenia świata nauki i biznesu celem realizacji przez nie wspólnych projektów przyczyniających się do podniesienia innowacyjności firm i regionu. Działanie 1.1 zakłada objęcie wsparciem aktywności, które uwzględniać będą kompleksowe wsparcie powstawania innowacji – od pomysłu do przygotowania do wdrożenia. W związku z tym, dofinansowania przeznaczone będą na projekty uwzględniające prace badawczo – rozwojowe, prace demonstracyjne, tworzenie prototypów, walidację produktów oraz uruchomienie pierwszej produkcji. Wsparciem w ramach działania objęte będą również prace związane ze wzornictwem oraz uzyskaniem ochrony własności intelektualnej i przemysłowej dla rozwiązań technologicznych i nowych

produktów.

Firmy będą miały również możliwość zakupu rezultatów prac badawczo – rozwojowych wypracowanych np. na uczelniach wyższych, celem ich dostosowania i wdrożenia do działalności przedsiębiorstw. Szczególnie wspierane będą projekty, które zakładać będą nawiązywanie, bądź też rozwój współpracy B+R z innymi firmami lub organizacjami realizującymi badania.

Co ważne, w ramach działania wspierane będą wyłącznie projekty zgodne z inteligentnymi specjalizacjami województwa zachodniopomorskiego (biogospodarka, działalność morska i logistyka, przemysł metalowo – maszynowy, usługi przyszłości, turystyka i zdrowie). Grudniowy nabór wniosków dotyczyć będzie tzw. małych projektów B+R. O wsparcie w jego ramach będą mogły się ubiegać mikro, małe, średnie i duże przedsiębiorstwa. W ich ramach przedsiębiorcy będą mogli realizować tzw. bony na usługi badawczo – rozwojowe jednostek naukowych dotyczące opracowania nowego lub ulepszanego produktu/usługi, bądź też jego przetestowanie. Jedno przedsiębiorstwo będzie miało możliwość realizacji nawet kilku bonów, jednakże łącznie będzie ono mogło otrzymać dofinansowanie nie większe niż 50 tys. PLN. Maksymalny poziom dofinansowania będzie wynosił 85%.

Inwestycje przedsiębiorstw wspierające rozwój regionalnych specjalizacji oraz inteligentnych specjalizacji

Więcej możliwości dla przedsiębiorstw będzie stwarzać działanie 1.5. Skierowane ono będzie do mikro, małych i średnich firm, które chciałyby rozwijać swoją działalność w dziedzinach regionalnych specjalizacji lub inteligentnych specjalizacji województwa zachodniopomorskiego. Działanie to będzie prawdopodobnie cieszyło się bardzo dużym zainteresowaniem, gdyż w jego ramach firmy będą mogły dokonywać inwestycji w maszyny, urządzenia, sprzęt produkcyjny, jak również w wartości niematerialne i prawne, które przyczynią się do wykreowania nowego, lub zasadniczo ulepszanego produktu bądź usługi, zwiększenia efektywności produkcji przedsiębiorstwa oraz zasadniczej zmiany procesu produkcyjnego. Projekty te będą miały zatem za cel wdrożenie innowacji produktowych, procesowych i organizacyjnych w przedsiębiorstwach. Mikro oraz małe firmy będą mogły liczyć na dofinansowanie na maksymalnym poziomie 55% wydatków kwalifikowanych, natomiast średnie przedsiębiorstwa – 45%. Maksymalna wartość wydatków kwalifikowanych dla jednego projektu wyniesie 8 mln PLN.

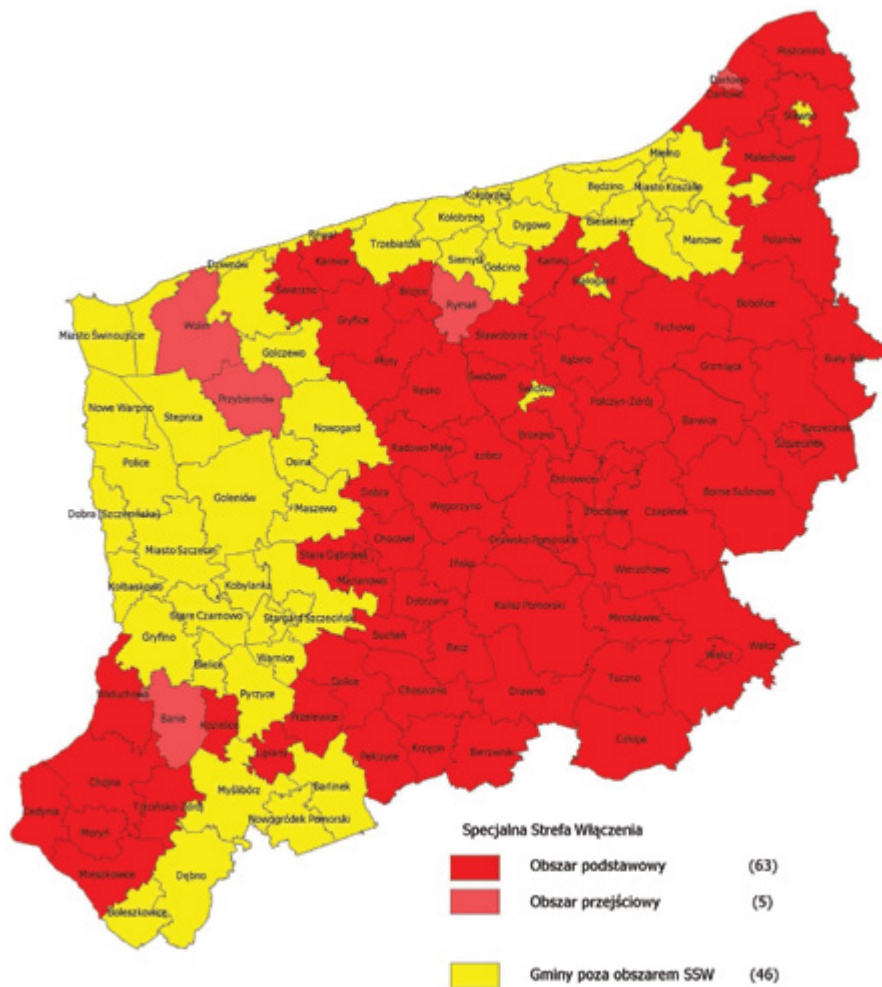
Tworzenie nowych miejsc pracy na obszarze Specjalnej Strefy Wyłączenia (SSW)

Specjalna Strefa Wyłączenia w województwie zachodniopomorskim obejmuje przede wszystkim południowo – wschodnią część regionu. Są to gminy gorzej rozwinięte i do SSW zostało zakwalifikowanych 68 ze 114 gmin w regionie. Zobrazowano je na powyższej mapie.

Działanie	Termin rozpoczęcia naboru
1.1 Projekty badawczo – rozwojowe przedsiębiorstw	grudzień 2015
1.5 Inwestycje przedsiębiorstw wspierające rozwój regionalnych specjalizacji oraz inteligentnych specjalizacji	grudzień 2015
1.6 Tworzenie nowych miejsc pracy na obszarze Specjalnej Strefy Wyłączenia	wrzesień 2015



Mapa. Specjalna Strefa Wyłączenia województwa zachodniopomorskiego



Źródło: Specjalna Strefa Wyłączenia na obszarze województwa zachodniopomorskiego oraz planowane kierunki działań interwencyjnych, Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego, czerwiec 2015 r.

W ramach działania wspierane będą projekty przyczyniające się do tworzenia miejsc pracy na terenach SSW. Przyjęto, że minimalna liczba miejsc pracy, jaka będzie miała zostać utworzona w ramach jednego projektu, wyniesie 10 etatów. Celem utworzenia tych stanowisk, będzie możliwość dokonania inwestycji w budynki, budowle, nowoczesne maszyny i urządzenia, linie produkcyjne, wartości niematerialne czy prawne oraz wdrażanie nowych rozwiązań technologicznych przyczyniających się do budowy bądź rozbudowy przedsiębior-

stwa, wykreowania nowego lub zasadniczo ulepszonego produktu/usługi, zwiększenie efektywności produkcji, zasadniczej zmiany procesu produkcyjnego. Niezbędnym wymogiem będzie jednak, aby przedsiębiorcy utrzymali miejsca pracy przez co najmniej cztery lata od ich utworzenia. Liczba tworzonych miejsc pracy będzie miała przełożenie na wielkość dofinansowania. Dla przykładu, projekty zakładające utworzenie 10 miejsc pracy będą mogły liczyć na dofinansowanie w wysokości do 2 mln PLN, zaś projekty kreujące powyżej

10 miejsc, będą mogły uzyskać po 200 tys. PLN za każde kolejne miejsce. Łącznie jednak maksymalna wartość dofinansowania nie może przekroczyć 10 mln PLN. Podobnie jak w przypadku działania 1.5, mikro i małe firmy będą mogły osiągnąć dofinansowanie na poziomie 55% wydatków kwalifikowanych, zaś średnie firmy – 45%.

To pierwsze konkursy w regionie, które z pewnością będą cieszyły się bardzo dużym zainteresowaniem przedsiębiorstw, wynikającym m.in. z dość długiego oczekiwania z ich strony na możliwość wsparcia działań inwestycyjnych. Szczególnie kuszące będzie dla nich z pewnością działanie 1.5, które stwarza szerokie możliwości rozwoju firm podnoszącego ich konkurencję. Nabory w ramach kolejnych działań zaplanowano na 2016 r., choć jeszcze nie jest znany ich harmonogram. Biorąc pod uwagę, że dotacje w latach 2014 – 2020 będą prawdopodobnie ostatnim tak dużym rozdziałem, warto z nich skorzystać. Jak nie teraz, to kiedy?

Paweł Mieczan





W dobie globalizacji konsumenci coraz częściej wracają do tego co pochodzi z ich regionu i wynika z jego tradycji. Nie inaczej trend ten prezentuje się w wyrobach spożywczych.

Pomysł utworzenia przepisów dotyczących ochrony regionalnych produktów pochodzi z Francji. W tym kraju już od lat 30-tych XX wieku obowiązywało podobne prawo, które początkowo dotyczyło win. Prawo Unii Europejskiej jest podstawą funkcjonowania systemu rejestracji i ochrony nazw produktów regionalnych i tradycyjnych. Obowiązuje rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1151/2012 z dnia 21 listopada 2012 r. w sprawie systemów jakości produktów rolnych i środków spożywczych. W przepisach krajowych zostały natomiast określone ramy instytucjonalne, dzięki którym system funkcjonuje na szczeblu krajowym. W Polsce organem odpowiedzialnym za rejestrację i ochronę nazw produktów regionalnych i tradycyjnych jest Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Podstawę prawną stanowi Ustawa z dnia 17 grudnia 2004 r. o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych.

Oznaczenie „regionalne”, jakie otrzymuje produkt, znacząco wpływa na jego postrzeganie przez konsumentów. Jest to swoista gwarancja jakości i autentyczności, a tym samym czynnik zwiększający konkurencyjność towaru. Równie istotna jest ochrona przed nieprawym używaniem zarejestrowanych nazw. Powiązanie z regionem geograficznym wzmacnia zainteresowanie danym obszarem i zachęca turystów do jego poznania. Oznaczenie produktu przyczynia się do rozwoju obszarów wiejskich poprzez różnicowanie działalności rolniczej i ich promocję.

Rodzaje oznaczeń produktów

Obecnie funkcjonują trzy rodzaje oznaczeń:

1. Chroniona nazwa pochodzenia „ChNP” (ang. Protected Designation of Origin – POD),
2. Chronione oznaczenie geograficzne

„ChOG” (ang. Protected Geographical Indications - PGI),

3. Gwarantowana tradycyjna specjalność „GTS” (ang. Traditional Speciality Guaranteed – TSG).

Chroniona nazwa pochodzenia to konkretna nazwa miejsca, regionu lub w wyjątkowych przypadkach kraju wykorzystywana w opisie produktu. Jego jakość lub cechy charakterystyczne powinny być głównie lub wyłącznie związane z tym szczególnym otoczeniem geograficznym i właściwymi dla niego czynnikami naturalnymi oraz ludzkimi. Natomiast cały proces technologiczny powinien być przeprowadzany wyłącznie na tym określonym obszarze geograficznym. Przykładami są oscypek czy redykołka.

Chronione oznaczenie geograficzne, podobnie jak chroniona nazwa pochodzenia, to konkretna nazwa miejsca, regionu lub w wyjątkowych przypadkach kraju, z którego pochodzi dany produkt, służąca do jego oznaczenia. Również wskazuje na jakość lub inne cechy charakterystyczne w głównej mierze wynikające z tego pochodzenia geograficznego. Tu jednak znaczenie ma również renoma związana z pochodzeniem produktu oraz wystarczy, że na wskazanym obszarze odbywa się tylko jeden z trzech etapów – produkcja, przetwarzanie lub przygotowanie. Przykładami są jabłka grójeckie czy ser koryciński.

Gwarantowana tradycyjna specjalność to oznaczenie przyznawane produktom wytwarzanym tradycyjnymi sposobami produkcji lub z tradycyjnych surowców lub charakteryzującym się tradycyjnym składem. W tym przypadku miejsce produkcji nie ma znaczenia. Nazwa takiego produktu musi być tradycyjnie stosowana w odniesieniu do tego produktu lub wskazywać na tradycyjny lub specyficzny jego charakter. Tradycyjność definiowana jest

przez kryterium udokumentowanego użycia od co najmniej 30 lat. Specyficzny charakter w tym przypadku oznacza możliwość wyraźnego odróżnienia danego produktu od innych należących do tej samej kategorii. Przykładami są półtorak czy olej rydzowy.

Jak rejestrować produkty regionalne i tradycyjne?

Wniosek o rejestrację mogą złożyć jedynie grupy osób zajmujących się produkcją wyrobów, których nazwa ma być zarejestrowana. Pojedyncza osoba fizyczna lub prawna może zostać uznana za grupę, jeśli jest producentem, który chce złożyć wniosek o rejestrację i w przypadku chronionych nazw pochodzenia i chronionych obszarów geograficznych wskazany obszar znacznie różni się od sąsiadujących lub cechy samego produktu różnią się od cech produktów wytwarzanych na sąsiadujących obszarach.

Wniosek o rejestrację może dotyczyć tylko jednego produktu. Wyjątkiem jest sytuacja rejestracji chronionej nazwy pochodzenia i chronionego obszaru geograficznego dla kilku rodzajów tego samego produktu. Warunkiem jest spełnienie wymogów rejestracji przez wszystkie produkty. Przykładem jest miód drahimski, w ramach którego zgłoszono m.in. miód wielokwiatowy czy miód rzepakowy.

Istnieją dwa formularze wniosków. Jeden dla chronionej nazwy pochodzenia i chronionego oznaczenia geograficznego oraz osobny dla gwarantowanej tradycyjnej specjalności. Sam wniosek nie jest skomplikowany. Kluczową jego częścią jest specyfikacja produktu. Powinna być starannie przygotowana, dzięki czemu zmniejszy ryzyko zgłoszenia sprzeciwu ze strony innych podmiotów. Przemysłowa specyfikacja pozwala uniknąć poprawek



i uzupełnień wymaganych przez organ krajowy lub Komisję Europejską. Każda taka zmiana znacznie wydłuża procedurę rejestracji. Dla chronionej nazwy pochodzenia i chronionego oznaczenia geograficznego specyfikacja powinna zawierać:

- nazwę produktu spożywczego lub środka rolnego,
- opis produktu, jeśli zasadne poszerzony o informacje dotyczące składu surowcowego, właściwości fizycznych itp.,
- wskazanie obszaru geograficznego,
- dowód pochodzenia produktu z określonego obszaru geograficznego,
- metodę produkcji, w tym informacje dotyczące pakowania, jeżeli istnieją powody, dla których pakowanie powinno mieć miejsce na wskazanym obszarze geograficznym,
- związek z obszarem geograficznym,
- nazwę i adres organu lub jednostki organizacyjnej, przeprowadzających kontrolę zgodności ze specyfikacją, oraz zakres kontroli,
- informacje o etykietowaniu, jeśli zostały wprowadzone szczególne zasady w tym zakresie,
- jeśli istnieją, inne wymagania i zasady określone przepisami krajowymi i unijnymi.

Dla gwarantowanej tradycyjnej specjalności specyfikacja powinna zawierać:

- nazwę – tradycyjnie stosowaną lub określającą tradycyjny lub specyficzny charakter produktu wraz z wyjaśnieniem,
- opis produktu, w tym jego najważniejszych cech fizycznych, chemicznych, mikrobiologicznych lub organoleptycznych, świadczących o jego szczególnym charakterze,

- opis metody wytwarzania produktu, w tym (jeśli zasadne) charakteru i właściwości używanych surowców lub składników oraz metody przygotowywania,
- opis najważniejszych elementów decydujących o tradycyjnym charakterze produktu.

Wnioski o rejestrację chronionej nazwy pochodzenia, chronionego oznaczenia geograficznego oraz gwarantowanej tradycyjnej specjalności należy składać do Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Pobrać je można ze strony internetowej Ministerstwa.

Koszt całej procedury, zawierający ocenę wniosku o rejestrację chronionej nazwy pochodzenia, chronionego oznaczenia geograficznego czy gwarantowanej tradycyjnej specjalności, jest ściśle określony przepisami i wynosi 300 zł.

Kontrola zgodności procesu produkcji ze specyfikacją przeprowadzana jest na wniosek producentów. Uprawnione do przeprowadzenia kontroli są Wojewódzki Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych lub upoważnione jednostki certyfikujące. Lista takich jednostek dostępna jest na stronie internetowej Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Wyboru podmiotu dokonuje producent i taką informację zamieszcza w specyfikacji. Częstotliwość oraz zakres kontroli zależą od specyfiki produktu. Jej koszt pokrywany jest przez producenta.

Po zbadaniu prawidłowości wniosku o rejestrację przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi dokumentacja zostaje przekazana do Komisji Europejskiej. Ta ma sześć miesięcy na sprawdzenie, czy wniosek spełnia wymagania rozporządzenia. Jeśli tak, informacja drukowana jest w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej. Od tego momentu przez trzy miesiące istnieje możliwość zgłaszania sprzeciwu. Jeżeli

sprzeciwu nie będzie, produkt zostaje wpisany odpowiednio do Rejestru Chronionych Nazw Pochodzenia i Chronionych Oznaczeń Geograficznych Produktów Rolnych i Spożywczych lub do Rejestru Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności.





Ponieważ procedura przyznania oznaczenia chronionej nazwy pochodzenia, chronionego oznaczenia geograficznego czy gwarantowanej tradycyjnej specjalności jest stosunkowo długa, istnieje możliwość wpisania produktu na listę tymczasowej ochrony krajowej. Mogą na niej się znaleźć nazwy produktów, których wnioski zostały pozytywnie zweryfikowane przez organy krajowe, a dokumenty przekazane do Komisji Europejskiej. Dzięki temu nazwy te otrzymują ochronę na terytorium Polski. Wygasa ona, gdy nazwa produktu zostanie wpisana do odpowiedniego rejestru Komisji Europejskiej lub zostanie podjęta decyzja o odmowie dokonania wpisu do danego rejestru.

Lista produktów tradycyjnych

Przedsiębiorcy mają również możliwość wpisania wyrobów na Listę produktów tradycyjnych. Nie wiąże się to z zapewnieniem ochrony nazwy ani z kontrolą zgodności procesu produkcyjnego z zadeklarowanym. Lista produktów tradycyjnych służy promocji informacji o takich produktach i zbieraniu danych na ich temat. Dodatkową korzyścią dla producentów jest możliwość ubiegania się o uzyskanie odstępstw od wymagań sanitarnych i weterynaryjnych, jeśli wynikają one z tradycyjnej receptury lub metody produkcji.

Na Listę mogą zostać wpisane produkty wytwarzane tradycyjnymi metodami produkcji (od co najmniej 25 lat), które stanowią element dziedzictwa kulturowego regionu, w którym są wytwarzane, oraz będące elementem tożsamości lokalnej społeczności. Produkty wpisane na Listę podzielone są na kategorie:

- sery i inne produkty mleczne,
- mięso świeże oraz produkty mięsne,
- przetwory rybołówstwa, w tym ryby,
- orzechy, nasiona, zboża, warzywa i owoce (przetworzone i nie),

- wyroby piekarnicze i cukiernicze,
- oleje i tłuszcze (masło, margaryna, olej, itp.),
- miody,
- gotowe dania i potrawy,
- napoje (alkoholowe i bezalkoholowe),
- inne produkty

Z wnioskiem o wpisanie na Listę produktów tradycyjnych występuje sam producent – osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej. Formularz dostępny jest na stronie internetowej Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Należy go złożyć do właściwego miejscowo Urzędu Marszałkowskiego, który jest odpowiedzialny za jego weryfikację. Po pozytywnej ocenie wniosków zostaje przekazany do Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, które dokonuje wpisu produktu na Listę produktów tradycyjnych.

Istnieje możliwość skreślenia z Listy produktów tradycyjnych. Ma to miejsce w sytuacji, kiedy nie ma możliwości wytworzenia produktu o takich samych cechach czy właściwościach, które były podstawą do umieszczenia go na Liście produktów tradycyjnych.

Obecnie w Polsce Lista produktów tradycyjnych zawiera 1459 pozycji. Zaledwie 33 pochodzą z województwa zachodniopomorskiego.



Krystyna Flak

Specjalista ds. Transferu Technologii w RCIIT



WPŁYW SANKCJI UE I INNYCH OGRANICZEŃ EKSPORTOWYCH NA DZIAŁANIA EKSPORTERÓW



Sankcje i ograniczenia (w tym zakazy) w międzynarodowym handlu nie są niczym nowym – również traktaty będące podstawą funkcjonowania Unii Europejskiej przewidują możliwość podejmowania decyzji, „które określają podejście Unii do danego problemu o charakterze geograficznym lub przedmiotowym”, co może przejawiać się zerwaniem lub ograniczeniem w całości lub w części stosunków gospodarczych i finansowych z jednym lub z większą liczbą państw trzecich.

Z perspektywy eksporterów jest to jedna z najważniejszych kwestii, gdyż w tym obszarze to polityka w wysokim stopniu wpływa na powodzenie biznesowe danego rozwiązania.

Unia Europejska

Dotychczas środki takie były nakładane na relacje z Liberią, Egiptem, Tunezją, Senegalem czy Syrią. Ze względu na eskalację konfliktu na Ukrainie oraz przyłączeniem przez Rosję Krymu i Sewastopola, doszło w ostatnim roku do wprowadzenia i natężenia sankcji w relacjach z Rosją.

Rodzaje środków ograniczających, przyjmowanych przez UE, obejmują m.in.:

1. embargo na wszystkie lub wybrane rodzaje uzbrojenia;
2. zamrożenie funduszy i zakaz udostępniania funduszy;
3. zakaz wjazdu na terytorium UE;
4. zakaz importu do UE lub eksportu z UE określonych towarów, usług i technologii.

Skutki tych sankcji odczuwają także armatorzy. Zakazano bowiem świadczenia usług bezpośrednio związanych z działalnością turystyczną na Krymie lub w Sewastopolu, w szczególności zakazano wszelkim statkom, świadczącym usługi wycieczkowe, wpływania lub zawijania do portów znajdujących się na Półwyspie Krymskim (Sewastopol, Kercz, Jałta, Teodozja, Eupatoria, Czornomorske, Kamysz-Burun). Zakaz ten ma zastosowanie do statków pływających pod banderą państwa członkowskiego lub wszelkich statków będących własnością oraz znajdujących się pod kontrolą operacyjną armatora unijnego lub

wszelkich statków, w odniesieniu do których armator unijny ponosi ogólną odpowiedzialność za ich działania.

W rozporządzeniach UE, które wprowadziły te sankcje, w załącznikach wskazano, jakie towary nie mogą być eksportowane do Rosji. Znalazły się na nich m.in. ziemia i kamienie, materiały gipsowe, wapno i cement, zmywarki, maszyny i urządzenia rolnicze, wózki widłowe.

Sankcje będą obowiązywały do 31 stycznia 2016 r. (w relacjach z Rosją) oraz do 23 czerwca 2016 r. (sankcje w odpowiedzi na nielegalną aneksję Krymu i Sewastopola), chyba że zostaną dalej przedłużone. Zgodnie z oficjalnymi komunikatami¹, „dotyczą one niektórych kontaktów handlowych z Rosją w sektorze finansowym, energetycznym i obronnym oraz sektorze produktów podwójnego zastosowania”, aczkolwiek lektura załączników do rozpo-

ządzeń wskazuje, iż mają one szerszy zakres i dotyczą wielu branż.

Dodać należy, iż równolegle Rosja wprowadziła ograniczenia i zakazy eksportowe na produkty i usługi z krajów UE, co oznacza de facto wojnę handlową w określonych sektorach².

Polska

W Polsce istotne ograniczenia i obowiązki eksportowe zawarte są w ustawie z dnia 29 listopada 2000 r. o obrocie z zagranicą towarami, technologiami i usługami o znaczeniu strategicznym dla bezpieczeństwa państwa, a także dla utrzymania międzynarodowego pokoju i bezpieczeństwa. Zgodnie z jej zapisami, obrót z zagranicą towarami, technologiami i usługami o znaczeniu strategicznym dla bezpieczeństwa państwa, a także dla utrzymania



¹ www.consilium.europa.eu/pl/policies/sanctions/ukraine-crisis/

² www.mg.gov.pl/Wspolpraca+miedzynarodowa/Zakaz+wwozu+towarow+do+Rosji



międzynarodowego pokoju i bezpieczeństwa jest dozwolony na zasadach określonych w rozporządzeniu Rady (WE) nr 428/2009 z dnia 5 maja 2009 r. ustanawiającym wspólnotowy system kontroli wywozu, transferu, pośrednictwa i tranzytu w odniesieniu do produktów podwójnego zastosowania, ustawach oraz umowach i innych zobowiązaniach międzynarodowych.

Ustawa reguluje przede wszystkim kwestie:

1. konieczności uzyskiwania zezwoleń na obrót towarami o znaczeniu strategicznym (o charakterze globalnym lub indywidualnym);
2. monitorowanie przywozu lub transferu wewnątrzunijnego produktów podwójnego zastosowania wykorzystywanych w telekomunikacji lub do ochrony informacji;
3. ewidencjonowanie, kontrolę obrotu oraz zasady wydawania certyfikatów importowych i oświadczeń końcowego użytkownika.

Na podstawie ww. ustawy ustalono dwie listy państw, w stosunku do których istnieją zakazy lub ograniczenia eksportu (np. Chińska Republika Ludowa). Te listy wynikają wielokrotnie z zapisów aktów prawa międzynarodowego, a charakteryzują się tym, że eksporterzy powinni znać i weryfikować je na bieżąco, gdyż art. 121 Kodeksu karnego³ pozwala ścigać łamanie embarga wynikającego z prawa międzynarodowego, nawet jeżeli zakaz nie został jeszcze wprowadzony do polskiego systemu prawnego.

Stany Zjednoczone – oprogramowanie

³ „§ 1. Kto, wbrew zakazom prawa międzynarodowego lub przepisom ustawy, wytwarza, gromadzi, nabywa, zbywa, przechowuje, przewozi lub przesyła środki masowej zagłady lub środki walki bądź prowadzi badania mające na celu wytwarzanie lub stosowanie takich środków, podlega karze pozbawienia wolności od roku do lat 10.

⁵ 2. Tej samej karze podlega, kto dopuszcza do popełnienia czynu określonego w § 1.”

⁴ www.state.gov/strategictrade/resources/c43182.htm

Ciekawym przykładem bardzo mocnej kontroli eksportu od strony sankcji i zakazów eksportowych jest polityka USA w zakresie oprogramowania komputerowego, która powoduje, iż refleks tych regulacji znajduje się praktycznie w każdej umowie licencyjnej, wytwórczej lub dystrybucyjnej na oprogramowanie. Mają tutaj zastosowanie dwojaki rodzaj przepisów:

1. Export Administration Regulations (EAR), 15.C.F.R. część 730,
2. Foreign Assets Control Regulations, 31C.F.R.

W USA wprowadzona została bardzo praktyczna zasada „be familiar with your customers”, która zasadniczo przesuwając ciężar odpowiedzialności na eksporterów⁴.

Podstawowym błędem popełnianym przez eksporterów oprogramowania w tym zakresie jest stanowisko, zgodnie z którym te zapisy ich nie dotyczą, gdyż są spoza USA. Jakkolwiek przyjmuje się, że model SaaS z wykorzystaniem usług Amazon Web Services nie jest eks-

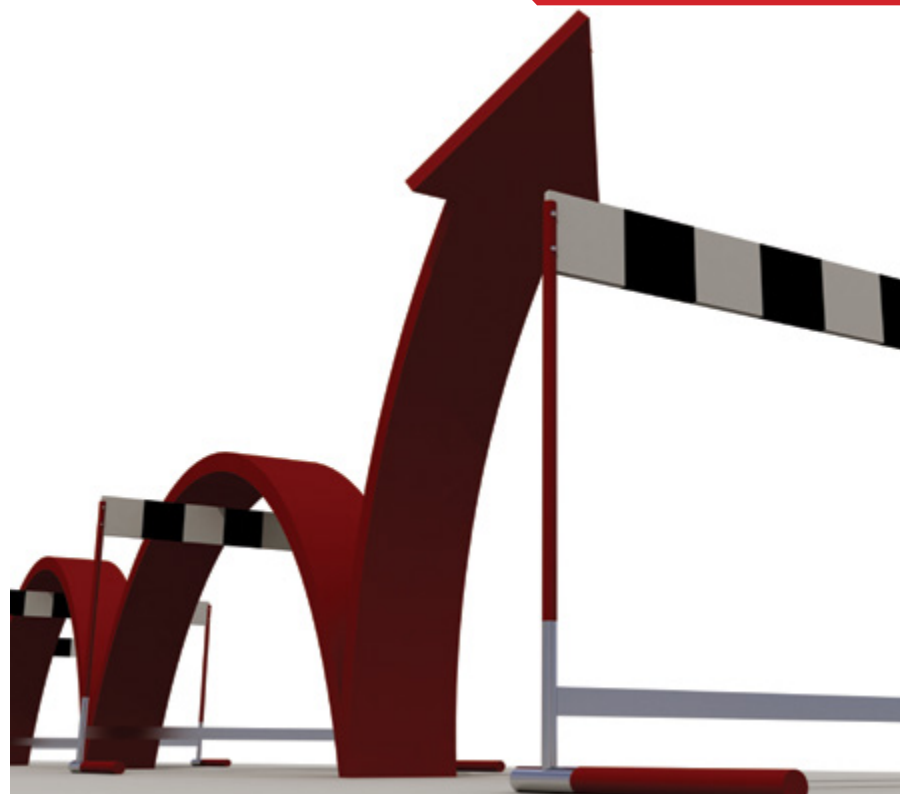
portem oprogramowania, to jednak jest już na pewno eksportem usług. Ponadto, na zakres obowiązywania tych przepisów wpływa również to, na jakich serwerach dystrybuowane jest oprogramowanie (np. iTunes, platforma sklepowa dla systemu Android itp.).

Ze względu na wagę tych ograniczeń i możliwość wpływu na bieżącą działalność, eksporterzy powinni monitorować te grupy przepisów, tak aby niepotrzebnie nie narażać swojej działalności na ryzyko odpowiedzialności względem państwa.



Rafał Malujda

Radca prawny, specjalizuje się w prawie nowych technologii, IT i branży morskiej. Prowadzi kancelarię: www.malujda.pl



TWORZENIE STRATEGII EKSPORTOWEJ W FIRMIE



KROK 4. DOSTOSOWANIE FIRMY DO WYMOGÓW RYNKÓW ZAGRANICZNYCH.

Czwartym krokiem tworzenia strategii eksportowej jest analiza i wprowadzenie zmian dostosowawczych w firmie pod kątem obsługi rynków zagranicznych. Rozpoczęcie działalności międzynarodowej niejednokrotnie wiąże się bowiem z koniecznością przeobrażeń wewnątrz przedsiębiorstwa.

Przede wszystkim istotne jest wyodrębnienie co najmniej stanowiska pracy do obsługi eksportu. W zależności od wielkości firmy i jej potencjału eksportowego, może to być również komórka organizacyjna w ujęciu np. Działu Eksportu. Konieczność utworzenia takiej struktury wynika z faktu wyodrębnienia dedykowanej osoby zajmującej się wyłączenie obsługą rynków zagranicznych. W ten sposób można badać jej efektywność, realizację planów oraz rzeczywistą zasadność finansową prowadzenia działalności międzynarodowej. Ponadto tworząc takie stanowisko/komórkę, mamy pewność, że 100% czasu jest rzeczywiście przeznaczona na poszukiwanie partnerów zagranicznych i nie jest ono dzielone z obsługą np. klientów krajowych. W tej drugiej sytuacji niejednokrotnie nakład obowiązków i bieżących spraw w związku z obsługą polskich kontrahentów może prowadzić do sytuacji, że de facto osoba ta może nie dysponować czasem na obsługę sprzedaży zagranicznej.

Jakie kompetencje powinna mieć osoba na takim stanowisku?

- Znajomość języków obcych,
- Doświadczenie w sprzedaży zagranicznej, lub w kontaktach z międzynarodowymi podmiotami,
- Komunikatywność, łatwość nawiązywania kontaktów.

Jaki mógłby być zakres obowiązków osoby na takim stanowisku?

- Analiza trendów na rynkach zagranicznych i bieżący monitoring tych rynków,
- Przygotowywanie materiałów ofertowo – promocyjnych,

- Wyszukiwanie partnerów zagranicznych,
- Monitoring rynku zagranicznych zamówień publicznych,
- Podejmowanie działań promocyjnych na rynkach zagranicznych,
- Kontakty z klientami zagranicznymi,
- Udział w zagranicznych wydarzeniach branżowych.

Utworzenie takiego stanowiska i jego wyposażenie można wspomóc np. ze środków publicznych w ramach dedykowanych instrumentów. Ponadto kompetencje pracowników, w tym także w ujęciu języków obcych, będzie można także podnosić w ramach środków unijnych w Programie Operacyjnym Wiedza Edukacja Rozwój. Warto na przykład przeszkolić osoby odpowiedzialne za eksport z uwarunkowań społeczno – kulturowych danych rynków docelowych, co pozwoliłoby nie tylko lepiej zrozumieć zagranicznych odbiorców firmy, ale także lepiej ukierunkować i dopasować do nich ofertę przedsiębiorstwa.

Po utworzeniu stosownego stanowiska, pierwszym krokiem powinna być optymalizacja głównego narzędzia promocji firm, którym jest ich wizytówka w postaci strony internetowej. Możliwości i wyzwania w tym zakresie jest wiele. Przede wszystkim należy przygotować wersję obcojęzyczną pod kątem obsługi danego rynku zagranicznego. Warto wspomnieć, że nie zawsze wersja angielska strony (najbardziej popularna wersja obcojęzyczna w polskim internecie) jest tą najbardziej właściwą z punktu widzenia rynku docelowego. Jeżeli planujemy eksport np. do Niemiec, niecelowe jest tworzenie strony w języku angielskim. To samo dotyczy zatrudnianych osób na stanowiskach eksportowych – w tym przypadku

wymagana powinna być znajomość języka niemieckiego.

Dane portalu Internet World Stats wskazują, że ponad 80% ruchu w sieci odbywa się z wykorzystaniem 10 języków, tj. angielskiego, arabskiego, chińskiego, francuskiego, hiszpańskiego, japońskiego, koreańskiego, niemieckiego, portugalskiego i rosyjskiego. Warto zwrócić także na to uwagę przy wykonywaniu obcojęzycznej wersji naszej strony.

Samo utworzenie wersji obcojęzycznej nie powinno stanowić wiernej kopii polskiej wersji językowej strony. Z punktu widzenia firm za-





granicznych, może się okazać nieistotne z kim współpracujemy w Polsce, a powinniśmy bardziej się chwalić naszymi międzynarodowymi kontaktami. Nie opisujemy również wszystkich naszych produktów, ale tylko te, które mogą być interesujące dla odbiorców zagranicznych, czy nawet tylko te, dla których mamy możliwość zwiększenia mocy produkcyjnych. Należy przy tym rozważyć tak istotne aspekty jak różnice i kontekst kulturowy czy panujące na danym rynku zagranicznym obyczaje, co ma szczególne znaczenie przy sprzedaży na rynki pozaeuropejskie. Jeżeli mieliśmy już kontakt z zagranicznymi kontrahentami, wskazane byłoby wykorzystanie referencji od nich i ich opublikowanie w całości, bądź fragmentach na stronie firmy. Uwiarygodniłoby to nasz podmiot w oczach przyszłych partnerów biznesowych.

Warto także przy tworzeniu obcojęzycznej

wersji strony internetowej wskazać na niej do kontaktu osoby, które zajmują się obsługą rynków zagranicznych. Jeżeli jest ich kilka i każda włada innym językiem obcym, warto dodać informację o ich znajomości poszczególnych języków. Ponadto w dobie digitalizacji niemal każdej sfery życia ważne jest aby strona była dostosowana do obsługi na urządzeniach mobilnych typu smartfon czy tablet. Bardzo ważne jest także pozyskanie zagranicznej domeny dla naszej strony – adekwatnej do rynku docelowego.

Istotne w kontekście przygotowania firmy do sprzedaży zagranicznej jest posiadanie certyfikatów dla produktów będących w jej ofercie, a które są wymagane na danych rynkach zagranicznych, często nawet jako kryterium dostępu. W związku z tym konieczna jest bieżąca analiza wytycznych w tym zakresie i dokonanie inwestycji w dokumenty, które de facto

otworzą dla firmy rynki zagraniczne. Stosowne certyfikaty branżowe mogą być w danych krajach wymagane również przy ubieganiu się o zlecenie w ramach przetargów publicznych.

Tych kilka działań może zwiększyć szanse naszego powodzenia w kontaktach na rynkach zagranicznych. Dotyczą one przede wszystkim mniejszych firm i początkowego etapu internacjonalizacji przedsiębiorstw. Tworzenie oddziału zagranicznego czy też spółki – córki w innym kraju są bardziej zaawansowanymi formami internacjonalizacji, które stają się bardziej wymagane przy znacznych obrotach z tytułu eksportu.

Paweł Mieczan



Międzynarodowa giełda kooperacyjna Industrial Bridge 2015

19 listopada 2015, Szczecin

Branża

CHEMICZNA ■ METALOWA/STALOWA ■ MORSKA

Szukasz:

- nowych klientów lub partnerów dla swojej firmy?
- potencjalnych partnerów do realizacji projektów badawczo – rozwojowych?
- możliwości zwiększenia innowacyjność swojego biznesu?

Więcej informacji oraz rejestracja na: www.b2match.eu/industrialbridge

- Możliwość nawiązania technologicznego i handlowego partnerstwa
- Możliwość rozwoju biznesu na rynkach zagranicznych
- Możliwość budowy partnerstwa do realizacji wspólnych projektów w ramach programu Horyzont 2020
- Możliwość uzyskania wiedzy na temat nowych technologii i rozwiązań
- Możliwość dotarcia do partnerów biznesowych poprzez zaaranżowane spotkania
- Możliwość wymiany doświadczeń z międzynarodowymi partnerami biznesowymi
- Możliwość spotkania i wymiany poglądów z badaczami i ekspertami z Twojego sektora

Organizator:



Współpraca:

