Załącznik nr 1

Kryteria oceny ofert przedsiębiorstw do udziału udziału w wydarzeniu gospodarczym podczas targów *Retailtech Japan*, *Japan Shop*, *Architecture and Construction Materials*, Security Show, Lighting Fair, International Furniture Fair

**w** **dniach 28.02-03.03.2023 roku w Tokio**

|  |
| --- |
| **Kryteria formalne – obowiązkowe** |
| 1. | Przedsiębiorca posiada na dzień złożenia wniosku status podmiotu zarejestrowanego we właściwym rejestrze przedsiębiorców prowadzonym w Rzeczpospolitej Polskiej  | Tak /Nie |
| 2. | Przedsiębiorca posiada status mikro, małego lub średniego przedsiębiorcy[[1]](#footnote-1) | Tak /Nie |
| 3. | Przedsiębiorca posiada siedzibę (wpis do KRS) lub stałe miejsce wykonywania działalności na terenie województwa pomorskiego (wpis do CEIDG) | Tak /Nie |
| 4.  | Przedsiębiorca nie podlega wykluczeniu z możliwości ubiegania się o dofinansowanie ze środków Unii Europejskiej | Tak /Nie |
| 5. | Przedsiębiorca posiada wystarczający potencjał kadrowy umożliwiający samodzielną prezentację oferty firmy w języku angielskim lub kraju docelowego w trakcie spotkań z potencjalnymi partnerami zagranicznymi podczas wyjazdu | Tak /Nie |
| 6. | Przedsiębiorca posiada wystarczający potencjał marketingowy tj. materiały informacyjne na temat firmy i produktu prezentowanego podczas wyjazdu w języku angielskim lub kraju docelowego | Tak /Nie |
| 7. | Przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą w zakresie objętym tematyką organizowanego wydarzenia gospodarczego | Tak /Nie |
| 8. | Prezentowany przez przedsiębiorcę produkt/usługa podlega wykluczeniu z możliwości ubiegania się o pomoc publiczną na targi (Rozporządzenie nr 651/2014) i/lub pomoc de minimis (Rozporządzenie nr 1407/2013) | Tak /Nie |
| 9. | Przedsiębiorca po raz pierwszy będzie brał udział w wyjeździe organizowanym przez partnerów projektu. Przedsiębiorca, który brał udział w wyjeździe organizowanym przez partnerów projektu, wpisany zostaje na listę rezerwową. Pierwszeństwo udziału w wyjeździe mają przedsiębiorcy po raz pierwszy biorący udział w wyjeździe. | Tak/Nie |
| 10. | Przedsiębiorca wziął udział w badaniu Proeksport i posiada raport z prowadzonego badania przez Brokera Eksportowego  | Tak/Nie |

|  |
| --- |
| **Kryteria dodatkowe stanowiące podstawę do oceny merytorycznej** |
|  | **Kryterium** | **Opis kryterium** | **Ocena** |
| 1. | PRODUKT/ USŁUGA | Opis produktu – ocena odpowiedzi na pytania:1. **Charakterystyka produktu w stosunku do produktów konkurencji**

- Szczegółowa charakterystyka i opis cech produktów lub usług przeznaczonych do eksportu na dany rynek zagraniczny – 2 pkt.- Ogólny opis produktów lub usług – 1 pkt. - Brak opisu – 0 pkt. 1. **Atrakcyjność produktu dla zagranicznych klientów**

- Wskazanie i opis trzech cech produktu, które mogą wpływać na jego atrakcyjność dla zagranicznych klientów – 2 pkt- Ogólny opis cech produktu, które mogą być atrakcyjne dla klientów zagranicznych – 1 pkt.- Brak opisu cech produktu, które mogą być atrakcyjne dla klientów zagranicznych – 0 pkt.1. **Posiadane certyfikaty, patenty, nagrody dla produktu (max 3 pkt)**

- Wskazanie przynajmniej jednego certyfikatu – 1 pkt.- Wskazanie przynajmniej jednego patentu lub zabezpieczenia dla produktu – 1 pkt - Wskazanie przynajmniej jednej nagrody dla produktu – 1 pkt. - Brak certyfikatów, patentów, nagród – 0 pkt. | 0-7 pkt |
| 2. | DOŚWIADCZENIE EKSPORTOWE  | 1. **Działalność eksportowa**

- Przedsiębiorca prowadzi działalność eksportową – 2 pkt- Przedsiębiorca nie prowadzi działalności eksportowej – 0 pkt1. **Doświadczenie w uczestnictwie w międzynarodowych wydarzeniach gospodarczych poza granicami RP**

- Przedsiębiorca uczestniczył w międzynarodowych wydarzeniach gospodarczych poza granicami RP – 2 pkt- Przedsiębiorca nie uczestniczył w międzynarodowych wydarzeniach gospodarczych poza granicami RP – 0 pkt | 0-4 pkt |
| 3.  | PLANY ROZWOJU EKSPORTU  | 1. **Plan rozwoju eksportu**

- Przedsiębiorca posiada plan rozwoju eksportu – 1 pkt- Przedsiębiorca nie posiada planu rozwoju eksportu – 0 pkt**2. Zgodność kierunku wydarzenia z działaniami firmy w zakresie penetracji rynku** - Przedsiębiorca uargumentował zgodność kierunku misji z działaniami/planami penetracji tego samego rynku zagranicznego (przeprowadził analizę, ma już kontakty na tym rynku, ma klientów partnerów z tego rynku itd.) – 2 pkt. - Brak działań na rynku lub brak opisu –0 pkt. | 0-3 pkt |

1. Według kryteriów określonych w Załączniku 1 do Rozporządzenia Komisji (UE) NR 651/2014 z dnia 17 czerwca 2014 r. uznającego niektóre rodzaje pomocy za zgodne z rynkiem wewnętrznym w zastosowaniu art. 107 i 108 Traktatu. [↑](#footnote-ref-1)