

MPM AGD S.A. realizuje projekt dofinansowany z Funduszy Europejskich pn. „Wzrost konkurencyjności przedsiębiorstwa MPM AGD S.A poprzez wdrożenie strategii biznesowej” współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020, Działanie 3.2 Internacjonalizacja MŚP, Poddziałanie 3.2.2 Modele biznesowe

## I. CEL PROJEKTU

Celem projektu jest zwiększenie udziału eksportu w całkowitej sprzedaży produktów na 4 nowe rynki. W ramach swojej oferty eksportowej spółka zamierza eksportować na rynek niemiecki, rosyjski, ukraiński oraz rumuński. Ze względu na rozległą ofertę produktową wybrane zostało 5 produktów wiodących, które będą promowane na nowych rynkach zagranicznych:

1. CHŁODZIARKA Z ZAMRAŻALNIKIEM DOLNYM NO FROST MODEL MPM-205-FF-12
2. PŁYTA INDUKCYJNA model MPM-60-IM-02
3. SZYBKOWAR wielofunkcyjny garnek ciśnieniowy z timerem model MGS-07
4. Chłodziarka turystyczna model MPM-32-CBM-03 5. TERMOS TURYSTYCZNY model: STT-2/13

## II. PLANOWANE EFEKTY

Realizacja zaplanowanych w projekcie działań tj. udział w 5 imprezach targowo wystawienniczych, w 4 misjach gospodarczych, gdzie odbędą się bezpośrednie spotkania z potencjalnymi partnerami, działania promocyjne a także certyfikacja na rynku rosyjskim, przyczyni się do realizacji następujących celów szczegółowych:

- zwiększenia przychodów z działalności eksportowej (wzrost wielkości eksportu do ogólnej sprzedaży firmy)
- zwiększenia sprzedaży produktów oferowanych przez spółkę za granic
- zwiększenia rozpoznawalności i konkurencyjności marki MPM AGD na rynku międzynarodowym
- nawiązania stałej współpracy z nowymi partnerami zagranicznymi • dotarcia do nowych grup odbiorców zagranicznych wprowadzenia innowacyjnych produktów, zainspirowanych działalnością konkurencji na rynkach docelowych.

Poza bezpośrednimi korzyściami, jakie osiągnie MPM AGD S.A. w wyniku realizacji projektu, nastąpi wzmocnienie pozycji polskiej gospodarki poprzez promocję Polski, jako atrakcyjnego partnera gospodarczego i miejsca nawiązywania kontaktów handlowych oraz realizowania inwestycji. Projekt przyczyni się także do zwiększenia polskiego eksportu i liczby przedsiębiorców prowadzących działalność eksportową. Strategia Biznesowa dla spółki MPM AGD, została wytyczona na podstawie przeprowadzonej analizy problemów i potrzeb, a także na podstawie rozeznania konkurencji na rynku branży sprzętu AGD. Wśród głównych

czynników motywujących spółkę do realizacji niniejszego projektu, należy wskazać w szczególności:

- Zaoferowanie swoich produktów i usług odbiorcom zagranicznym, a tym samym zwiększenie sprzedaży;
- Wykorzystanie potencjału spółki– nowoczesna infrastruktura wraz z odpowiednią kadrą;
- Wejście na zewnętrzne rynki z innowacyjnymi produktami i wsparciem usługowym;
- Rozwój firmy - nawiązanie współpracy z zagranicznymi pośrednikami sprzedaży, poszerzanie oferty.

### **III. WARTOŚĆ PROJEKTU**

Wydatki ogółem: 463 242,60 PLN

Wydatki kwalifikowalne: 376 620,00 PLN

### **IV. WKŁAD FUNDUSZY EUROPEJSKICH**

Dofinansowanie projektu z UE: 150 610,33 PLN