

Polska



Promocja polskiej branży medycznej
- stoiska na targach MEDICA i ARAB
HEALTH

2019-04-02 15:12:12



Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, we współpracy z Ministerstwem Przedsiębiorczości i Technologii, po raz kolejny zorganizuje polskie stoisko narodowe na największych europejskich targach medycznych MEDICA 2019 w Dusseldorfie. Od początku 2018 r. PARP zorganizowała takie stoiska na targach MEDICA 2018 i Arab Health 2019 w Dubaju, które cieszyły się bardzo dużym zainteresowaniem, zarówno wśród polskich firm jak i zagranicznych zwiedzających.



MEDICA 2019

Targi MEDICA, które odbędą się w Dusseldorfie w dniach 18-21 listopada 2019 r., to wiodąca impreza wystawiennicza branży medycznej. W 2018 r. targi zgromadziły ok. 5200 wystawców i ponad 120 tys. odwiedzających ze 155 krajów.

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości zorganizuje przy tej okazji stoisko narodowe. Instytucjom i firmom, w tym startupom, zainteresowanym skorzystaniem ze stoiska PARP umożliwi:

- wpis do katalogu polskich firm obecnych na targach;
- prezentację materiałów informacyjno-promocyjnych (ulotki, foldery, gadżety itp.) na polskim stoisku;
- wyświetlanie materiałów audio-wizualnych z ofertą firmy na dostępnych ekranach (filmy promocyjne, prezentacje itp.);
- skorzystanie ze stoiska w celu organizacji spotkań i prezentacji dla potencjalnych partnerów biznesowych;
- udział w wydarzeniu networkingowym, które zostanie zorganizowane na polskim stoisku podczas trwania targów.

Wszystkich zainteresowanych możliwością promocji oferty na polskim stoisku na targach MEDICA 2019 zachęamy do kontaktu: sylwia_banaszkiewicz@parp.gov.pl



ARAB HEALTH 2019

W dniach 28-31 stycznia 2019 odbyły się największe i najważniejsze targi branży medycznej Bliskiego Wschodu i Afryki Północnej - Arab Health w Dubaju, gdzie Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości na zlecenie Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii zorganizowała stoisko narodowe o powierzchni 288 m², na którym materiały promocyjne (drukowane i audiowizualne) zaprezentowało 108 firm z Polski, z czego ponad 50 z nich to przedsiębiorstwa nie mające statusu samodzielnego wystawcy, czyli nie posiadające własnego stoiska.

Dla większości z nich stoisko narodowe było jedyną możliwością, aby zaprezentować się na targach i odbyć w sprzyjających warunkach rozmowy biznesowe z zagranicznymi partnerami na specjalnie w tym celu wydzielonej przestrzeni. Przedsiębiorcy skupieni wokół stoiska zorganizowanego przez PARP przeprowadzili ponad 600 takich rozmów. Dla wielu z nich, odbywająca się w Dubaju impreza jest równie ważna, co targi MEDICA w Dusseldorfie, bo oprócz partnerów z regionu, przyjeżdżają tu klienci z całego świata. W targach uczestniczyli przedsiębiorcy, którzy dopiero zaczynają budować sieć partnerów i szukają tu swoich pierwszych klientów, jak i firmy mające już kontakty w regionie.

- *Dzięki współpracy z Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości mogliśmy w tym roku zaprezentować swoją ofertę na Arab Health. Stoisko było spektakularne. Gdyby nie ono, pewnie by mnie tutaj w tym roku nie było. Odbyłam ważne spotkania z dotychczasowymi partnerami handlowymi. Udało mi się też nawiązać kilka nowych relacji biznesowych. Mam nadzieję, że w przyszłości również będę mogła wykorzystać taką sposobność* - mówi Hanna Jurkiewicz z firmy JBG-2, która jest producentem kabin do terapii ogólnoustrojowej CryoSpace. Dla firmy z Rybnika rynek bliskowschodni jest atrakcyjny z dwóch względów. Po pierwsze jest rynkiem zamożnym, po drugie otwartym na innowacyjne produkty i terapie. - **Krioterapia jest niecodzienną terapią, ale mam nadzieję, że to się wkrótce zmieni. Uświadamiamy rynek, komunikujemy korzyści** - dodaje Hanna Jurkiewicz, która reprezentowała firmę na targach w Dubaju.

Według danych GUS, eksport sprzętu medycznego z Polski nabiera tempa. Od stycznia do listopada 2018 polscy producenci sprzętu medycznego sprzedali zagranicę towary o wartości 1,99 mld EUR. W całym 2017 roku

wartość eksportu wyniosła 1,83 mld EUR, wobec 1,05 mld EUR w roku poprzednim. Jak podkreślają przedsiębiorcy związani z branżą, udział w jednych z największych targów medycznych na świecie zwiększa szansę na podtrzymanie tego trendu oraz zwiększenie eksportu do państw Bliskiego Wschodu oraz Afryki Północnej.

Na stoisku narodowym podczas Arab Health ofertę promowały przedsiębiorstwa z różnych sektorów branży - od producentów narzędzi medycznych, mebli szpitalnych i sprzętu rehabilitacyjnego, po producentów urządzeń diagnostycznych oraz dostawców rozwiązań na styku medycyny i technologii teleinformatycznych. Ze stoiska skorzystały m.in. firmy promowane przez podwystawców, czyli takie instytucje otoczenia biznesu jak Narodowe Centrum Badań i Rozwoju, Warmińsko-Mazurską Agencję Rozwoju Regionalnego, Klaster Lubelska Medycyna, Medsilesia Śląską Sieć Wytwarzania Wyrobów Medycznych, Polski Klaster Eksportowy oraz Miasto Łódź.

W tej edycji targów udział wzięło ponad cztery tysiące podmiotów z całego świata.



MEDICA 2018

Targi MEDICA odbyły się w dniach 12-15 listopada 2018 r. w Dusseldorfie. To największe i najważniejsze na świecie targi branży medycznej, które tematycznie obejmują wszystkie sektory szpitalnej opieki medycznej. To światowe forum medycyny, które co roku prezentuje pełne spektrum opieki ambulatoryjnej i szpitalnej: od techniki laboratoryjnej i diagnostycznej, produktów do fizykoterapii i materiałów pomocniczych, sprzętu elektromedycznego, technicznego oraz technologii informatycznych i komunikacyjnych dla placówek służby zdrowia, aż po wykończenie i wyposażenie pomieszczeń.

Organizatorzy szacują, że ostatnią edycję targów MEDICA odwiedziło ponad 130 tys. osób z całego świata. Dla producentów sprzętu medycznego z Polski była to świetna okazja do zaprezentowania swoich rozwiązań, nie tylko klientom z Unii Europejskiej, którzy są głównym odbiorcą polskich urządzeń medycznych, ale też klientowi globalnemu - z Azji, Bliskiego Wschodu, Afryki czy obu Ameryk. Polscy przedsiębiorcy brali udział zarówno w

spotkaniach dwustronnych umówionych jeszcze przed wyjazdem na targi, jak i tych zorganizowanych już na miejscu.

Według danych GUS, eksport sprzętu medycznego z Polski nabiera tempa. W 2017 roku jego wartość wyniosła 1,8 mld EUR, wobec 1,1 mld EUR w roku poprzednim. Jak podkreślają przedsiębiorcy związani z branżą, udział w jednym z największych targów medycznych na świecie zwiększa szansę na podtrzymanie tego trendu.

Odpowiedzią na ich zainteresowanie zgłaszane w poprzednich latach było zorganizowanie przez Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii, we współpracy z Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości, stoiska narodowego o powierzchni 240 m², na którym promowana była oferta ponad 140 firm z kraju. Większość z nich skorzystała również z przestrzeni udostępnionej do spotkań B2B w ramach stoiska - specjalnie w tym celu wydzielonych pomieszczeń, jak i przestrzeni otwartej. Dla wielu firm, zwłaszcza tych małych, których jeszcze nie stać na organizację własnego stoiska, była to jedyna możliwość, by odbyć w sprzyjających warunkach rozmowy z zagranicznymi partnerami. Takich spotkań biznesowych na polskim stoisku narodowym odbyło się ponad dziewięćset.

- Dzięki stoisku mieliśmy okazję zaprezentować nasz produkt szerszej publiczności. Zainteresowanie było duże. Ludzie podchodzili, pytali o szczegóły, o cenę, prosili o kontakt - mówi Katarzyna Dąbkiewicz z firmy U.B.M Kotasińska. Przedstawiciele wielu z tych firm liczą na to, że również i w przyszłym roku będą mogli skorzystać z gościnności stoiska narodowego. - Mamy nadzieję, że ta inicjatywa będzie kontynuowana w latach następnych i będziemy mieli możliwość uczestniczenia w kolejnych edycjach - dodaje Michał Wyciślik z firmy Innow zajmującej się produkcją mebli medycznych.

Polskie firmy promujące się za pośrednictwem stoiska narodowego mogły wraz z partnerami wziąć udział w spotkaniu networkingowym oraz w giełdzie kooperacyjnej zorganizowanej przez sieć Enterprise Europe Network. Jak podkreślają przedsiębiorcy, na tego typu targach liczy się nie tylko możliwość poznania nowych partnerów, ale też podtrzymanie i rozwój istniejących relacji.

- Naszym priorytetem były spotkania z dystrybutorami, z którymi współpracujemy, natomiast nie znamy się z nimi osobiście. Są to nieocenione kontakty. Pozwalają przenieść na wyższy poziom relacje z partnerami. MEDICA to świetna okazja do tego, by ich tutaj spotkać. Targi odwiedziło mnóstwo osób. Przyjeżdżają tu wszyscy związani z branżą. W przyszłym roku też chcemy być obecni w Dusseldorfie - deklaruje Artur Kołosiński, menedżer ds. marketingu w firmie Pro Project zajmującej się produkcją urządzeń (m.in. tzw. fantomów) do diagnozowania urządzeń medycznych. Jej głównymi partnerami są dystrybutorzy, dzięki którym produkty firmy są dostępne w ponad 110 państwach. Tam za ich pośrednictwem trafiają do klienta końcowego, czyli fizyków i inżynierów kontrolujących jakość urządzeń medycznych w szpitalach. - Oprócz nawiązania osobistych relacji z dystrybutorami, z którymi już współpracujemy, udało się poznać też potencjalnie kilku nowych. Najprawdopodobniej będziemy mieli dystrybutora w Angoli, gdzie dotychczas nie byliśmy obecni. Podsumowując nasz pobyt tutaj: nie tylko osiągnęliśmy nasze cele związane z obecnością w Dusseldorfie, ale przekroczyliśmy je o jakieś 50-60 proc. - dodaje Artur Kołosiński.

Udział w targach pozwala też na przyjrzenie się zagranicznej konkurencji z bliska i zapoznanie się z najnowszymi

trendami w branży. - *Mogliśmy poznać nie tylko potencjalnych partnerów i zaprezentować nasze produkty i narzędzia, które zostały w ostatnim czasie wprowadzone na rynek, ale też zobaczyć co w ofercie mają konkurencyjne w stosunku do nas firmy* - mówi Natalia Wolczyńska z firmy Inmed-Karczewscy. Przedstawiciele firmy codziennie odbywali wiele spotkań, zarówno tych umówionych z wyprzedzeniem, jak i zainicjowanych na miejscu. Te ostatnie były pokłosiem prezentacji produktów, które przykuły uwagę odwiedzających. Przedstawicielka tej firmy również deklaruje chęć obecności na targach na stoisku narodowym w przyszłym roku.

Polskie stoiska narodowe na targach MEDICA 2018 w Dusseldorfie i ARAB HEALTH 2019 w Dubaju zostaną zorganizowane przez PARP w ramach projektu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej (poddziałanie 3.3.2 Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój).



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**MINISTERSTWO
ROZWOJU**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego