



Fundusze
Europejskie
Program Regionalny



Rzeczpospolita
Polska



Województwo
Kujawsko-Pomorskie

Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



BYDGOSKA
AGENCJA
ROZWOJU
REGIONALNEGO



EKSPORT NA ŚWIECIE - ROSJA

02.11.2021

HANDLOWIEC Z WIELOLETNIM DOŚWIADCZENIEM W
EKSPORCIE

PROWADZIŁ PRZEDSTAWICIELSTWA FIRM Z
TAIWANU I HONG KONGU

W LATACH 2002-2007 PROWADZIŁ FIRMĘ
HANDLOWĄ W ROSJI

W 2005 ROKU WRAZ Z CHIŃSKIM
PARTNEREM OTWORZYŁ ZAKŁAD
KRAWIECKI W CHINACH

OD 2010 ROKU JEST PREZESEM
FIRMY ITRO ORAZ WSPIERA
POLSKIE FIRMY W ROZWOJU
EKSPORTU



**Sebastian
Sadowski-Romanov**

Agenda

Najważniejsze punkty szkolenia

Przedstawienie rynku
Kultura biznesu w Rosji
Sposoby komunikacji z kontrahentami
Badanie rynku i lokalnej konkurencji
Case study
Formalności celne
Transport towarów
Branże z największym potencjałem w Rosji
Q&A
Warsztat



ROSJA W LICZBACH

4,6%

Bezrobocie

4,47%

Inflacja

146,8 mln

Populacja

661,76 USD

Przeciętna płaca (mc)

10,6 tys. USD

PKB per capita

28

Pozycja w rankingu Doing Business

4,3 mld EUR

Całkowity import z Polski w 2020 r.

Rosja

ŚWIATOWY GIGANT

Federacja Rosyjska jest największym państwem na świecie pod względem powierzchni (17 075 400 km²) oraz szóstym pod względem wielkości w całej historii świata.

RELACJE HANDLOWE Z POLSKĄ

Pomimo ograniczeń rynek rosyjski z cechuje się względnie dobrą rozpoznawalnością polskich produktów i dużym potencjałem wzrostu.

STOSUNKI Z UE

Pomimo sankcji i ochłodzenia stosunków, Rosja pozostaje ważnym partnerem gospodarczym dla krajów UE, natomiast UE zajmuje czołowe miejsce w rankingu partnerów handlowych Rosji.

Doing Business 2020

Rosja

28

Ease of doing business
(łatwość prowadzenia biznesu)

40

Ease of starting a business
(łatwość rozpoczęcia biznesu)

99

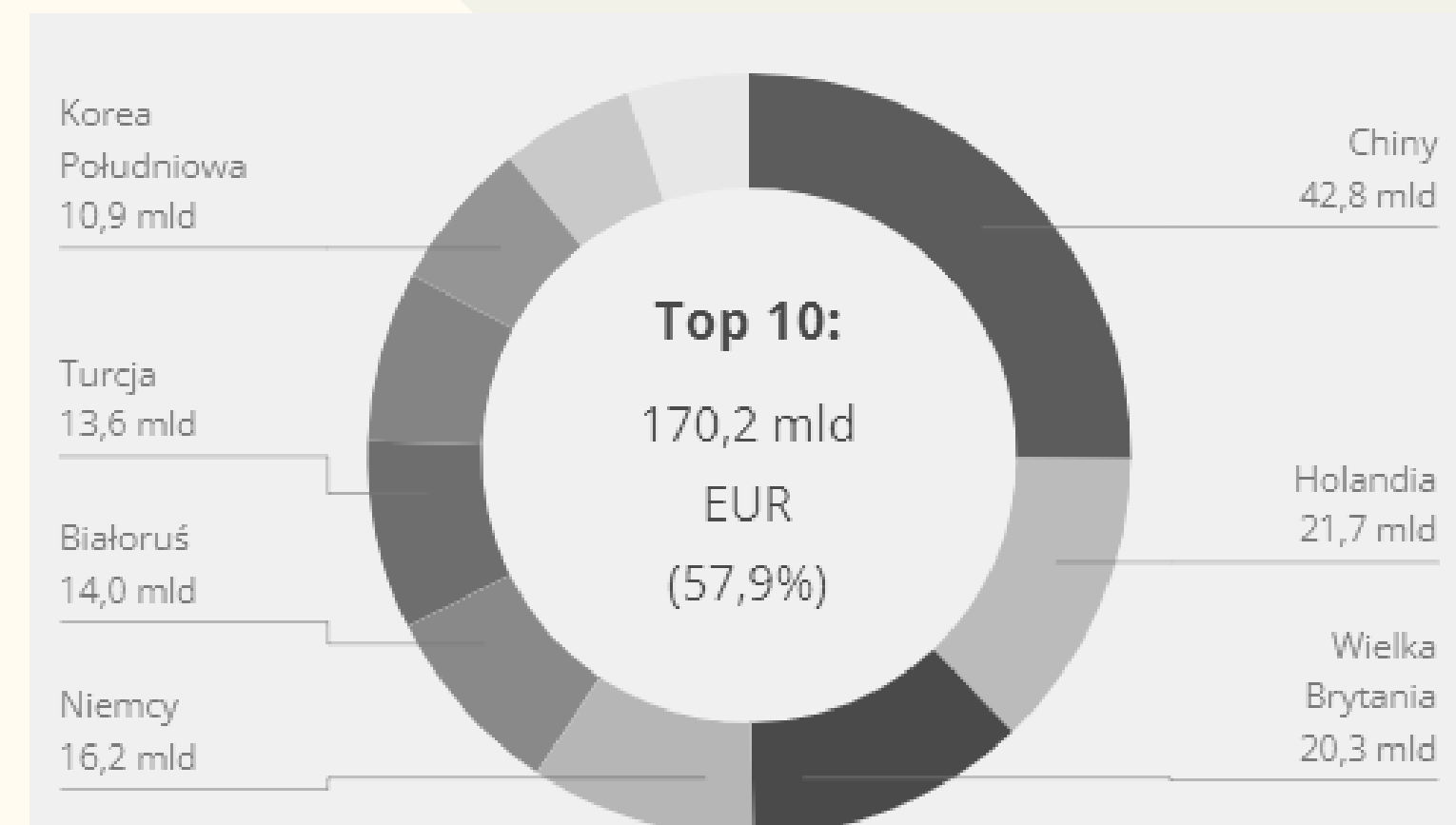
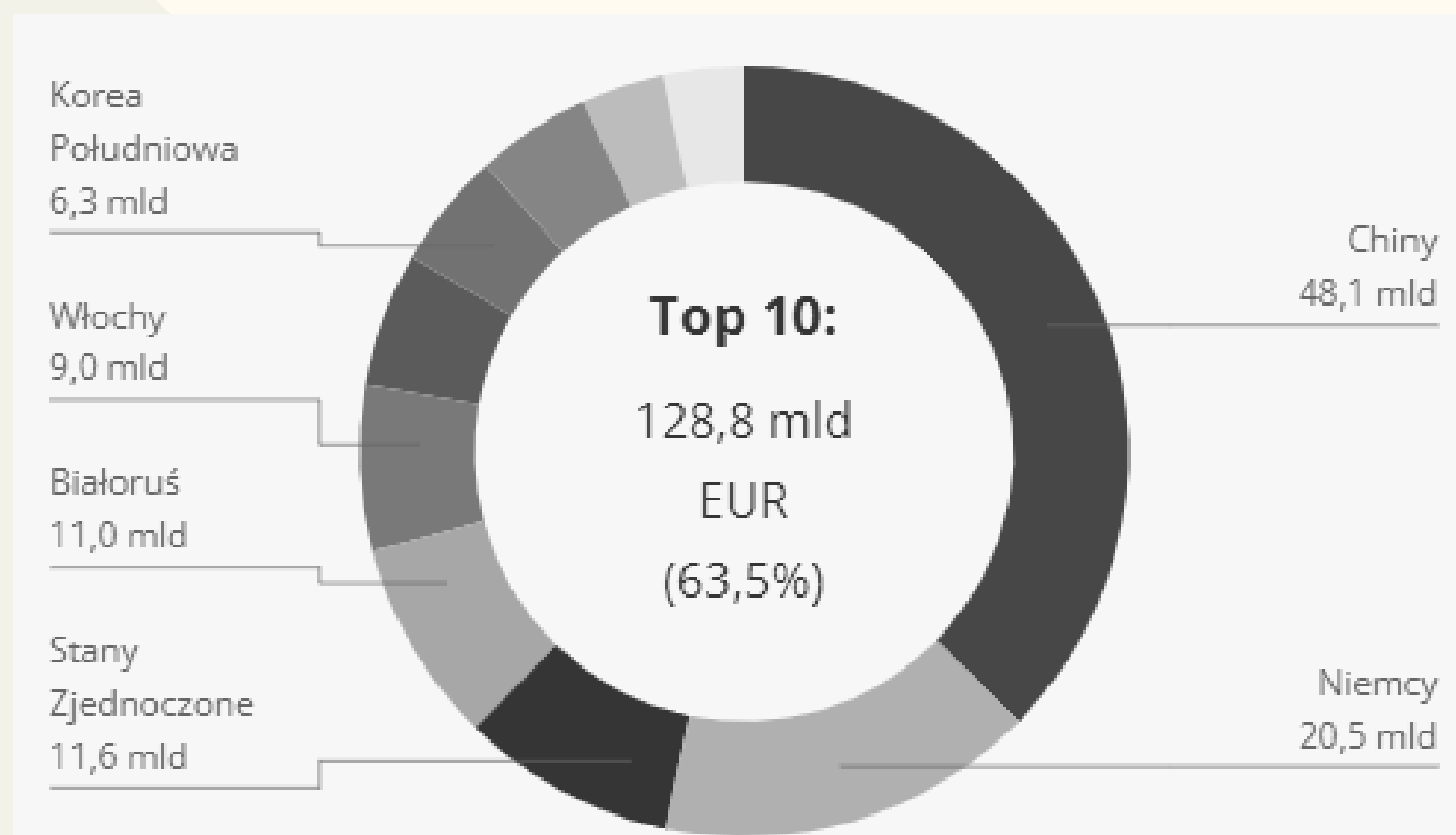
Ease of trading across borders
(łatwość handlu przez granice)

21

Ease of enforcing contracts
(łatwość egzekwowania kontraktów)

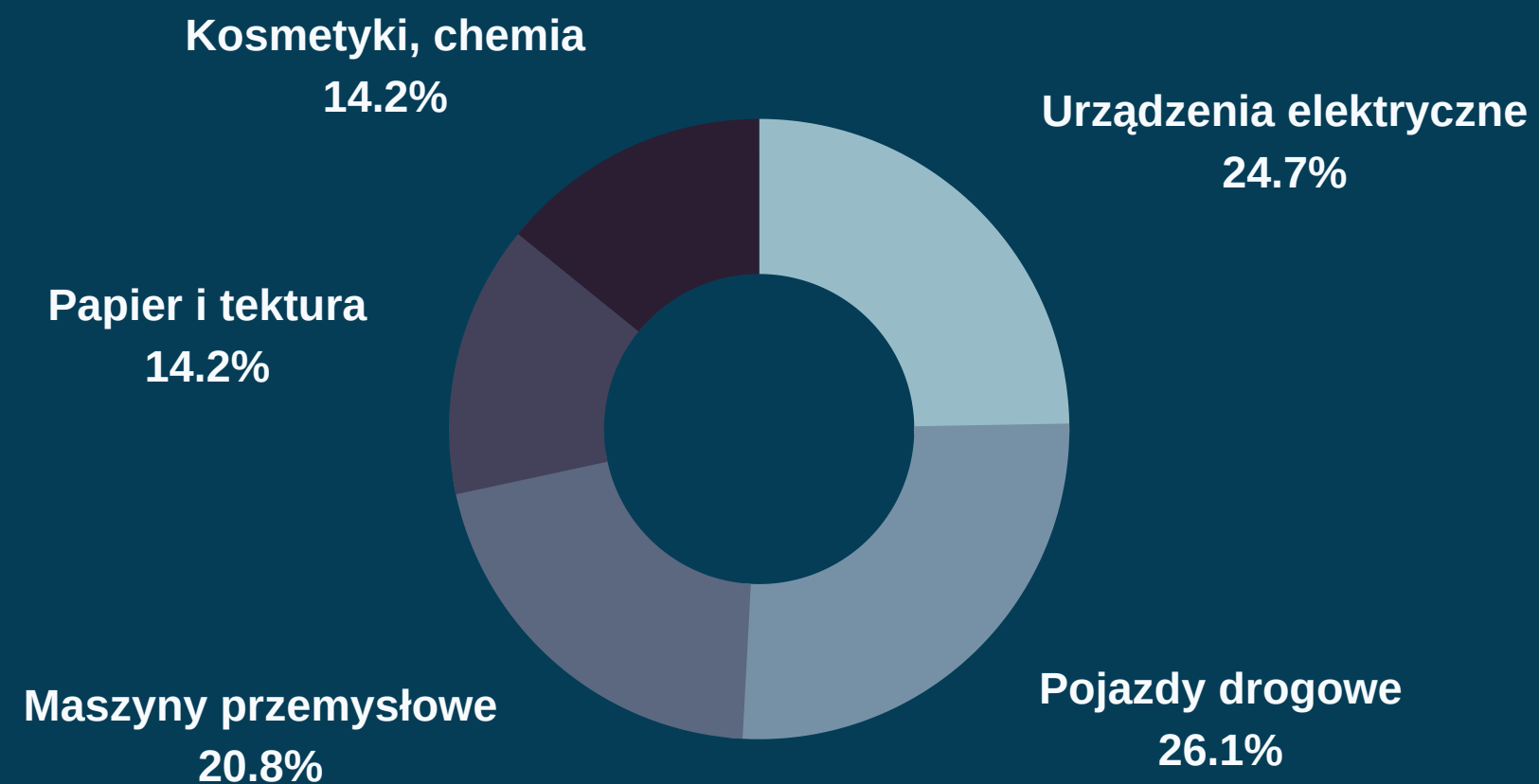
TOP 10 EKSPORTERÓW

Kraje, które w 2020 roku eksportowały najwięcej towarów do Rosji znajdują się poniżej:

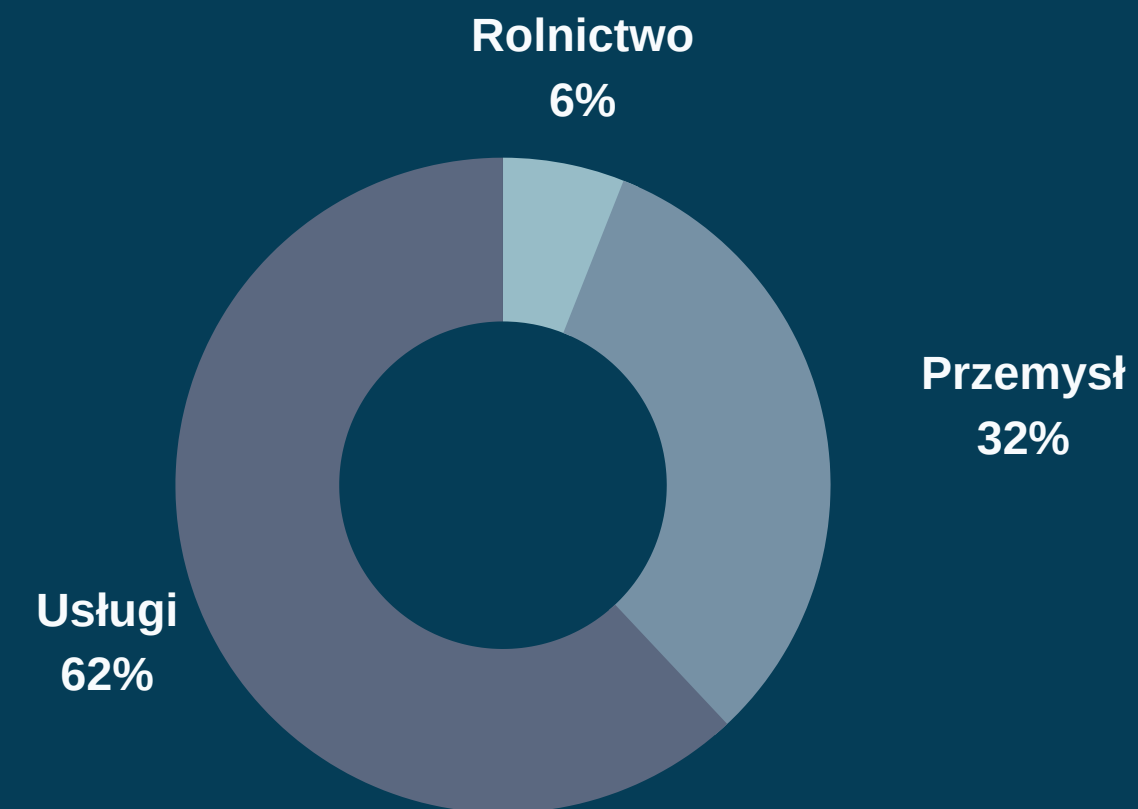


TOP 10 IMPORTERÓW

Kraje, które w 2020 roku najwięcej importowały z Rosji wymienione są powyżej.



KLUCZOWE
GAŁĘZIE IMPORTU
Z POLSKI 2018



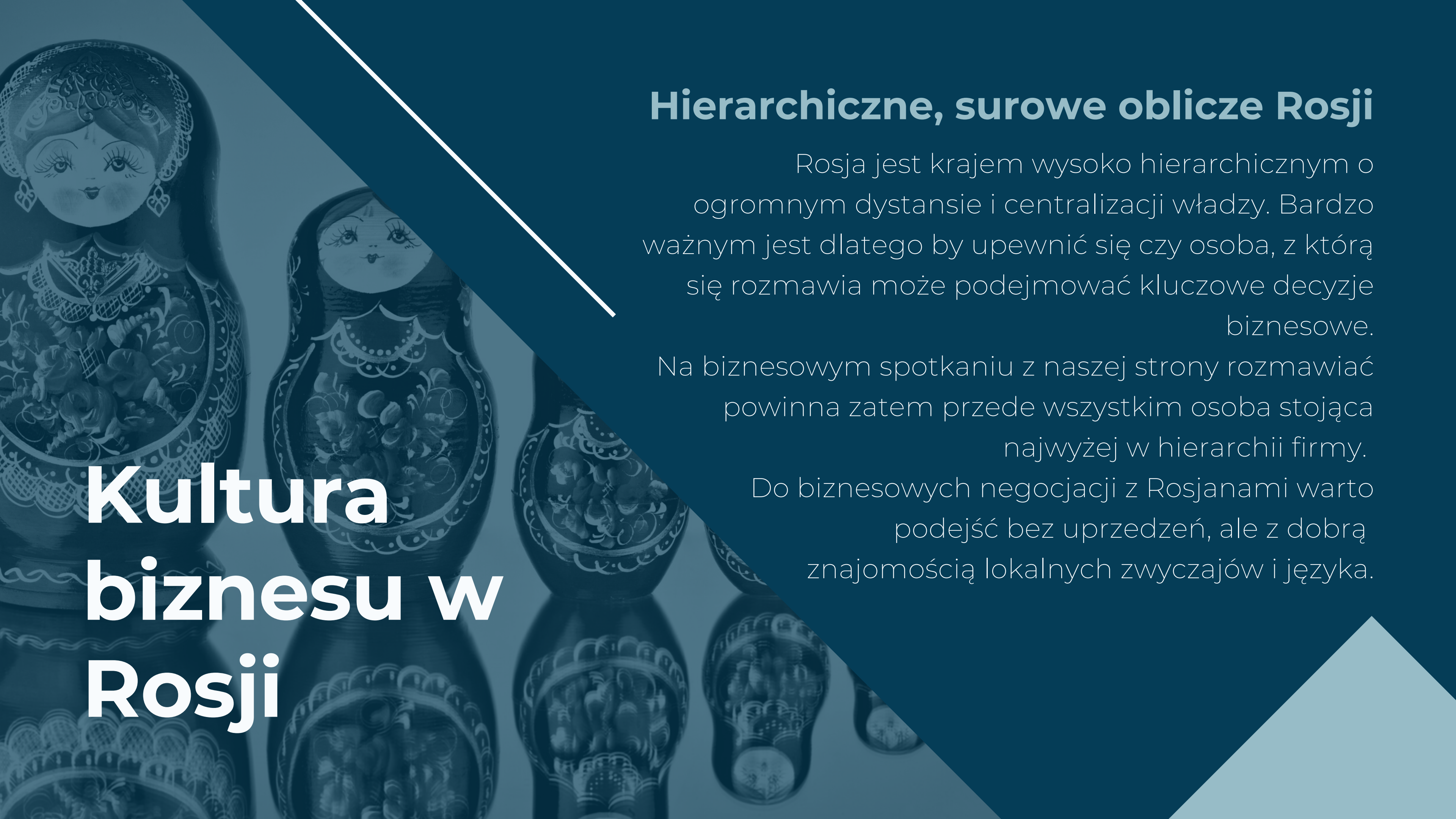
UDZIAŁ SEKTORÓW
W GOSPODARCE
ROSJI 2020

Analiza rynku

BLOK 1

NAWIAZYWANIE RELACJI Z KONTRAHENTAMI

Rosja



Hierarchiczne, surowe oblicze Rosji

Rosja jest krajem wysoko hierarchicznym o ogromnym dystansie i centralizacji władzy. Bardzo ważnym jest dlatego by upewnić się czy osoba, z którą się rozmawia może podejmować kluczowe decyzje biznesowe.

Na biznesowym spotkaniu z naszej strony rozmawiać powinna zatem przede wszystkim osoba stojąca najwyżej w hierarchii firmy.

Do biznesowych negocjacji z Rosjanami warto podejść bez uprzedzeń, ale z dobrą znajomością lokalnych zwyczajów i języka.

Kultura biznesu w Rosji

Różnice kulturowe

Polska a Rosja

TYLKO PO ROSYJSKU

Pomimo, że jest uczony w szkołach, angielski w zasadzie nie jest używany. Wchodząc w relacje biznesowe z partnerami rosyjskimi znajomość ich języka ojczystego jest więc niezbędna.

FORMALNOŚĆ

Rosjanie cenią sobie formalności: mocny uścisk ręki, rzeczowość, konkrety. Jak w Polsce, używają grzecznościowych zwrotów Gospodin/Gospozha by uszanować autorytet rozmówcy.

KULTURA WIZYTÓWEK

Rozdawanie wizytówek jest w Rosji powszechną i ważną czynnością. Od niej zaczyna się każde spotkanie. Na wizytówkach zawsze drukuj jedną stronę w swoim języku, a drugą po rosyjsku.



Toast za zdrowie

Picie i wznoszenie toastów na spotkaniach to ważny i powszechny element kultury biznesowej Rosji. Wychodzenie na drinka na zaproszenie jest wysoce zalecane, ponieważ pokazuje zainteresowanie wzmocnieniem relacji i rozwojem długoletniej współpracy.



Prezenty

Drobne upominki są często dobrym pomysłem podczas robienia interesów w Rosji. Prezenty symbolizujące rangę firmy i znaczenie zbliżającej się transakcji biznesowej. Najlepiej podarować przedmiot charakterystyczny dla Twojej okolicy lub taki, który eksponuje logo firmy.



Cierpliwość

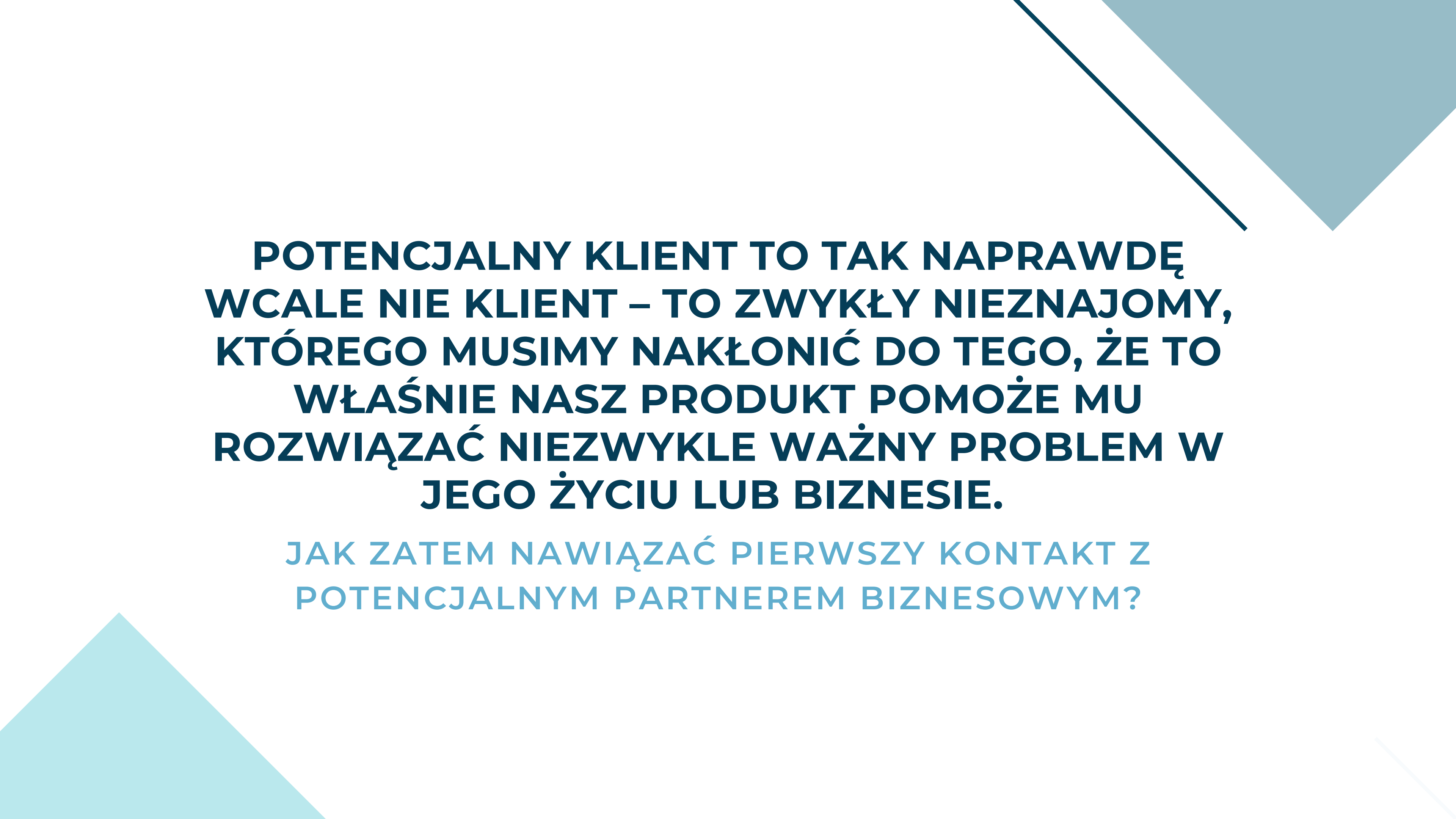
Rosjanie, choć cenią konkret i zdecydowanie, w podejmowaniu decyzji lubią się ociągać. Koniecznie trzeba zatem uzbroić się w cierpliwość i nie okazywać zniecierpliwienia. Jeśli planujesz godzinę na spotkanie biznesowe, załóż kolejne tyle i jeszcze raz tyle samo, ponieważ Rosjanie lubią odbiegać od tematu i robić niezobowiązujące przerwy w trakcie rozmów.



Szczerość i otwartość

Rosjanie cechują się zmienną ekspresyjnością, zaliczając się i do powściągliwych, i do ekspresyjnych negocjatorów. Cenią sobie serdeczność i spokojne zachowanie, są wrażliwi na punkcie niekulturalnego zachowania. W rozmowach są otwarci, a w swoich wypowiedziach szczerzy „aż do bólu”.

WARTY UWAGI



**POTENCJALNY KLIENT TO TAK NAPRAWDĘ
WCALE NIE KLIENT – TO ZWYKŁY NIEZNAJOMY,
KTÓREGO MUSIMY NAKŁONIĆ DO TEGO, ŻE TO
WŁAŚNIE NASZ PRODUKT POMOŻE MU
ROZWIĄZAĆ NIEZWYKLE WAŻNY PROBLEM W
JEGO ŻYCIU LUB BIZNESIE.**

**JAK ZATEM NAWIĄZAĆ PIERWSZY KONTAKT Z
POTENCJALNYM PARTNEREM BIZNESOWYM?**

Rodzaje komunikacji

Kontakt z potencjalnym klientem

COLD CALLING

Tradycyjna metoda zimnego kontaktu z firmą przez telefon. Znana również jako telemarketing.

COLD MAILING

Zimy kontakt poprzez wysyłkę mailingu do wyselekcjonowanej bazy potencjalnych partnerów biznesowych.

SOCIAL SELLING

Nowoczesna metoda nawiązywania kontaktów biznesowych poprzez wymianę wiadomości i treści na platformach branżowych.

LEAD NURTURING

Proces ocieplania kontaktów z pozyskanymi leadami marketingowymi by przekształcić je w leady sprzedażowe.

Cold calling

Telefon zawsze miał swoje miejsce w biznesie. W dobie Internetu, e-mail marketingu i social sellingu, telefoniczny kontakt z klientem może się wydawać czymś drugorzędnym. Nie jest to do końca prawda. Właśnie dzięki telefonicznemu umawianiu spotkań jesteśmy w stanie bezpośrednio nawiązać relacje z klientem i wpłynąć na jego opinię o naszej firmie.

Cold mailing

Wiadomości w mailingu są wysyłane masowo do docelowej grupy odbiorców lub do konkretnych klientów określonych przez wcześniej zrobione bazy danych kontrahentów. Przez niskie koszty oraz szybkość przekazywania informacji jest to bardzo atrakcyjna forma marketingu dla przedsiębiorców..

Social selling

Social selling to proces pozyskiwania leadów poprzez kształtowanie osobistych relacji z klientami. Media społecznościowe są potężnym źródłem leadów dla firm działających zarówno w sektorze B2C, jak i B2B. Dzięki nim, klienci mają zawsze bezpośredni kontakt z przedstawicielami firmy. Jest to obecnie jedno z najbardziej skutecznych narzędzi do pozyskiwania leadów.

Lead nurturing

By proces lead generation był skuteczny, trzeba podjąć wiele działań już po stworzeniu bazy potencjalnych klientów, np. uzupełnić profil leada o kolejne informacje, przygotować strategię dojrzewiania leadów, odpowiednio segmentować bazę i wysyłać sprecyzowane komunikaty. Dopiero po wykonaniu tych działań możemy oczekiwać jakichkolwiek informacji zwrotnych – zainteresowania od potencjalnych klientów.



Dlaczego social selling?

**Narzędzie #1 w marketingu i
sprzedaży**

Pierwszy kontakt z międzynarodowym partnerem biznesowym zazwyczaj rozpoczyna się przez Internet. Może to być albo email albo personalizowana wiadomość na portalu biznesowym, np. LinkedIn. Większe możliwości oferuje właśnie to drugie.

Jakie możliwości oferuje social selling?

Na przykładzie LinkedIn



Budowanie zainteresowania
produktami firmy



Zwiększanie
rozpoznawalności marki



Budowanie pozycji eksperta



Zmniejszanie dystansu
pomiędzy firmą i klientem



Niewielkie koszty
prowadzenia kampanii

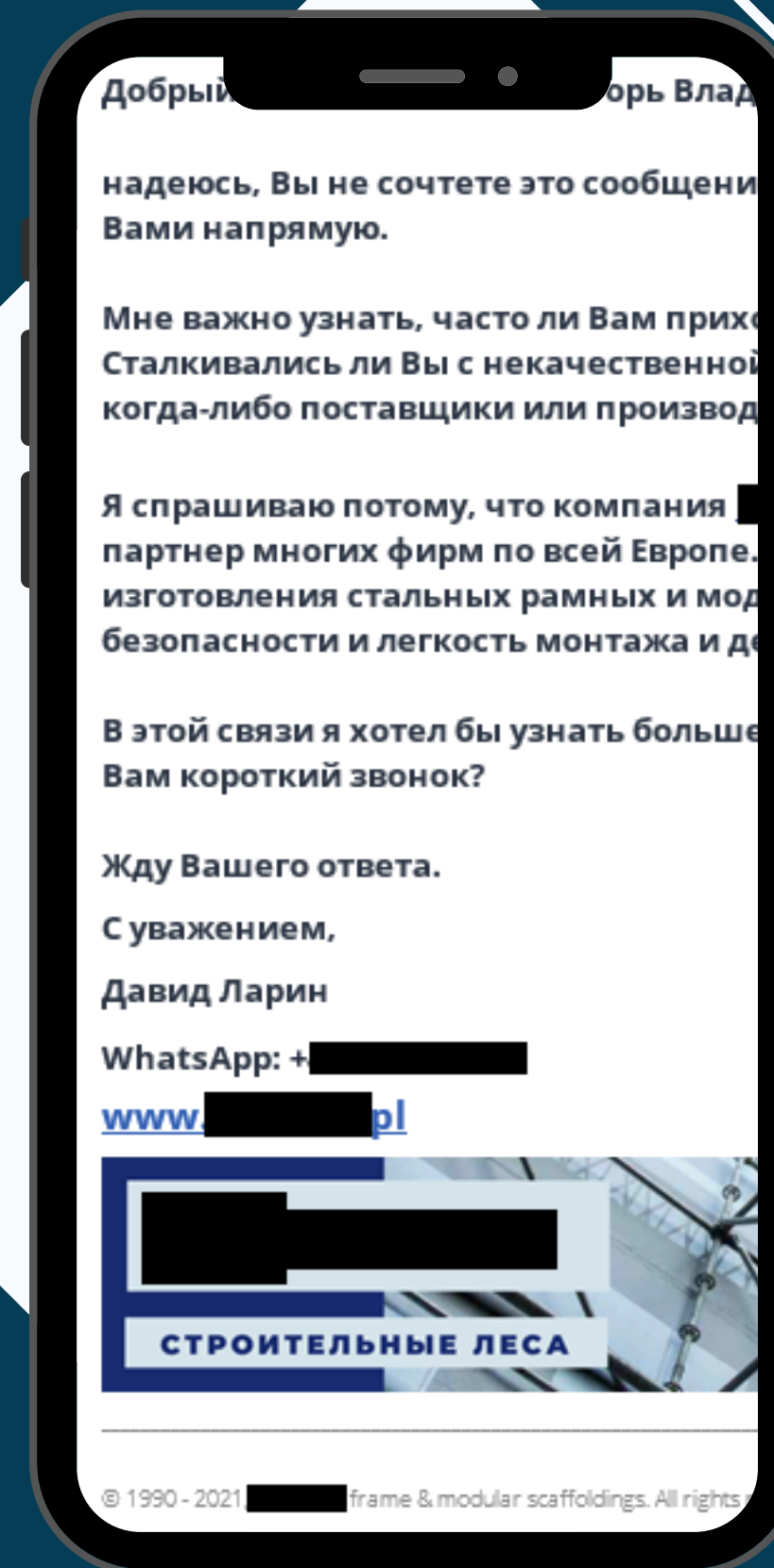
Chcesz zwiększyć sukces kampanii social selling?

Dopal ją spersonalizowanym mailingiem!

Kontakty, które już kojarzą firmę lub naszą osobę z rozmów na portalach branżowych, chętniej otworzą mail od kogoś kogo już znają - a co za tym idzie, chętniej przejrzą naszą ofertę.

PRZYKŁAD

PROJEKT MAILINGU



BLOK 2

BADANIE RYNKU I KONKURENCJI

Rosja



5 BŁĘDÓW NAJCZĘŚCIEJ POPEŁNIANYCH W EKSPORCIE

Ekspert ds. eksportu, Sebastian Sadowski-Romanov,
opowiada o błędach, które eksporterów kosztują najwięcej.

NAJWAŻNIEJSZE ELEMENTY BADANIA RYNKU

JAK WYBRAĆ RYNEK?

Nawet jeśli wydaje się nam, że wiemy gdzie chcemy eksportować, koniecznie trzeba sprawdzić czy nasze przekonanie poparte jest twardymi danymi. Dane eksportowe będą zdecydowanie lepszym gwarantem niż eksport "na czuja".

POTRZEBY RYNKU

Bez dokładnego zbadania potrzeb rynku docelowego, nie jesteśmy w stanie stwierdzić potencjału naszego produktu. Dodatkowo, kluczowe jest także dostosowanie produktu do oczekiwań klienta na rynku eksportowym.

KONKURENCJA

Badania konkurencji na rynku zagranicznym przeprowadzamy w celu poznania produktów konkurencyjnych oraz dopasowania cenowego prezentowanej oferty. Takie badania często pomagają również w zakresie ulepszenia działań marketingowo-sprzedażowych.

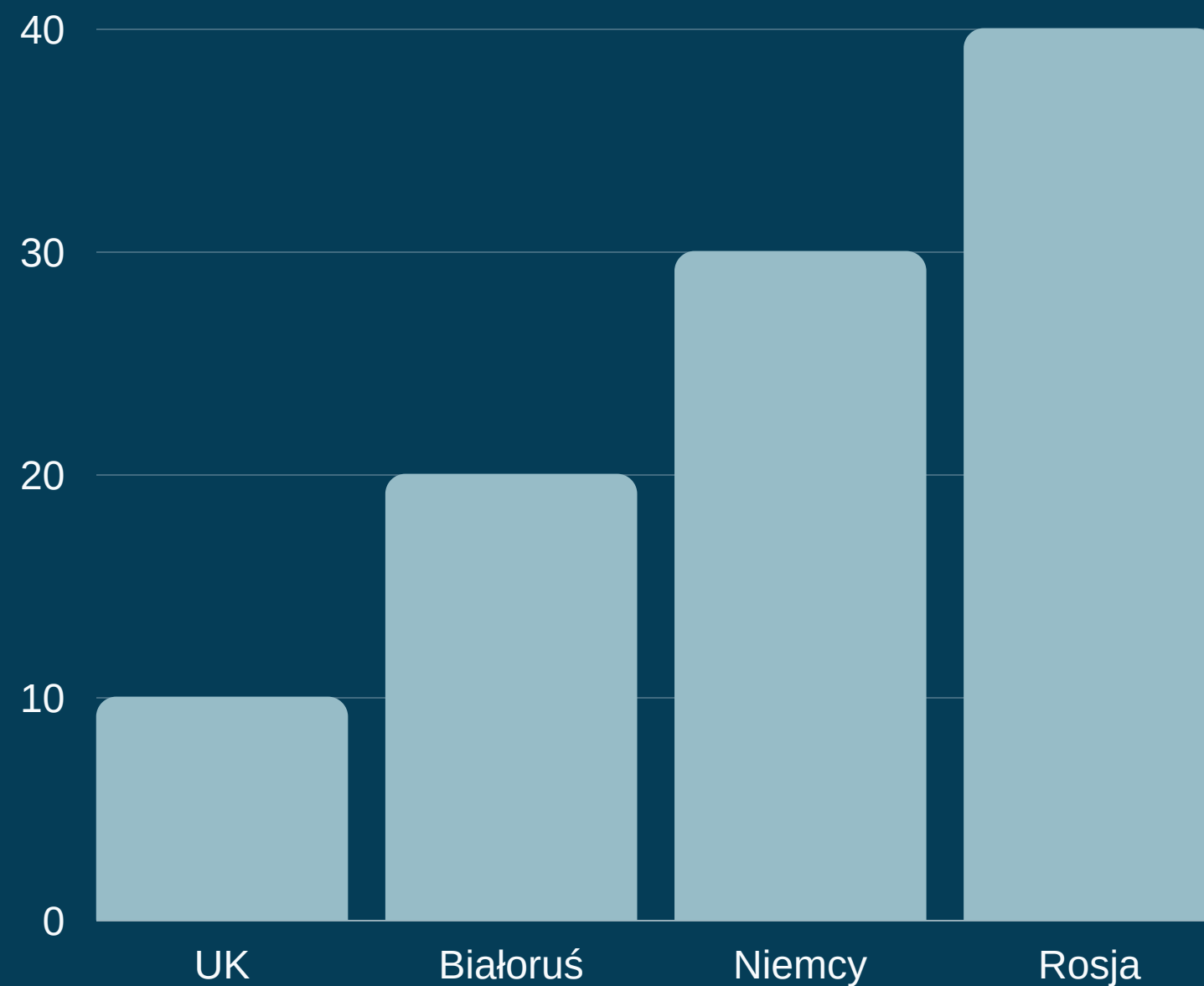
KANAŁY DYSTRYBUCJI

Ponieważ mogą one się różnić od tych, które znamy w Polsce, warto jest zbadać gdzie sprzedaje konkurencja i gdzie możemy sprzedawać my. Dodatkowo, posłużyć nam może też badanie w jakich mediach i w jaki sposób się promują.

Jak wybrać rynek?

Export Indicator

To narzędzie, które pokazuje wymianę handlową danym towarem na 150 rynkach świata według kodu HS (kodu celnego). Dzięki niemu, jesteśmy w stanie określić największych oraz najbliższych geograficznie importerów tego produktu i tym samym - określić najbardziej perspektywiczne rynki eksportowe.



Przykłady potrzeb i preferencji rynku

KORONAWIRUS

Z powodu pandemii COVID-19 koniecznym jest by sprawdzić odpowiednie zabezpieczenia towaru oraz transportu obowiązujące na wybranych rynkach zagraniczne.

WPŁYW KLIMATU

Klimatycznie odmienne kraje mogą wymagać innych parametrów produktowych lub opakowań - koniecznie trzeba to sprawdzić zanim podjęta zostanie ostateczna decyzja o eksporcie.

CERTYFIKACJA

Możliwe jest, że aby eksportować na dany rynek wymagana będzie certyfikacja towaru.



Badanie konkurencji

CZEGO MOŻESZ SIĘ DOWIEDZIEĆ?

- Standardy produktów na rynku
- Parametry produktów konkurencyjnych
 - Średnia cena rynkowa
- Rodzaje wymaganych certyfikatów
 - Kanały promocji
 - Kanały dystrybucji
- Informacje z branży na rynku docelowym
 - Popyt na dany produkt
- Nasycenie rynku danym produktem

Przykład badania konkurencji

THERMONT

THERMONT SPOL. S R.O. - [LINK](#)

Cechy charakterystyczne:

- Wysokiej jakości drzwi wejściowe wykonane z systemów aluminiowych ALUPROF
- Oferuje różne warianty konstrukcyjne w zależności od wymaganej izolacji termicznej
- Dwuskładnikowa uszczelka środkowa
- Kształt profili pozwala na zastosowanie różnego rodzaju okuć obwodowych, w tym zawiasów ukrytych
- Przepuszczalność powietrza: klasa 3, PN-EN 12207: 2001
- Wodoszczelność: klasa 5A (200 Pa), PN-EN 12208: 2001
- Odporność na obciążenia wiatrem: klasa C1 / B2, PN-EN 12211: 2001

Przykładowy produkt konkurencji:



Źródło:

https://www.thermont.cz/images/katalogy/MB-86_CZ.pdf

PKS OKNA

PKS okna A.S. - [LINK](#)

Cechy charakterystyczne:

- Indywidualne dopasowanie koloru wg palety kolorów RAL
- Szeroka gama wariantów wzorniczych, które odpowiadać mają specyficznym wymaganiom klientów
- Możliwe dodanie do drzwi domofonu, dzwonka, miejsca na listy, przeszklenia, systemu samozamykającego
- Inne zmiany na życzenie klienta są możliwe do wykonania – w tym realizacja projektu własnego klienta

Przykładowy produkt konkurencji:



Źródło: <https://www.pksokna.cz/data/dokumenty-ke>

Kanały promocji

Dzięki ustaleniu kanałów promocji, będziemy świadomi w których mediach promuje się nasza konkurencja i które z nich są odpowiednie do promocji produktu z naszej branży - tak by zobaczyła go jak największa liczba potencjalnych klientów.

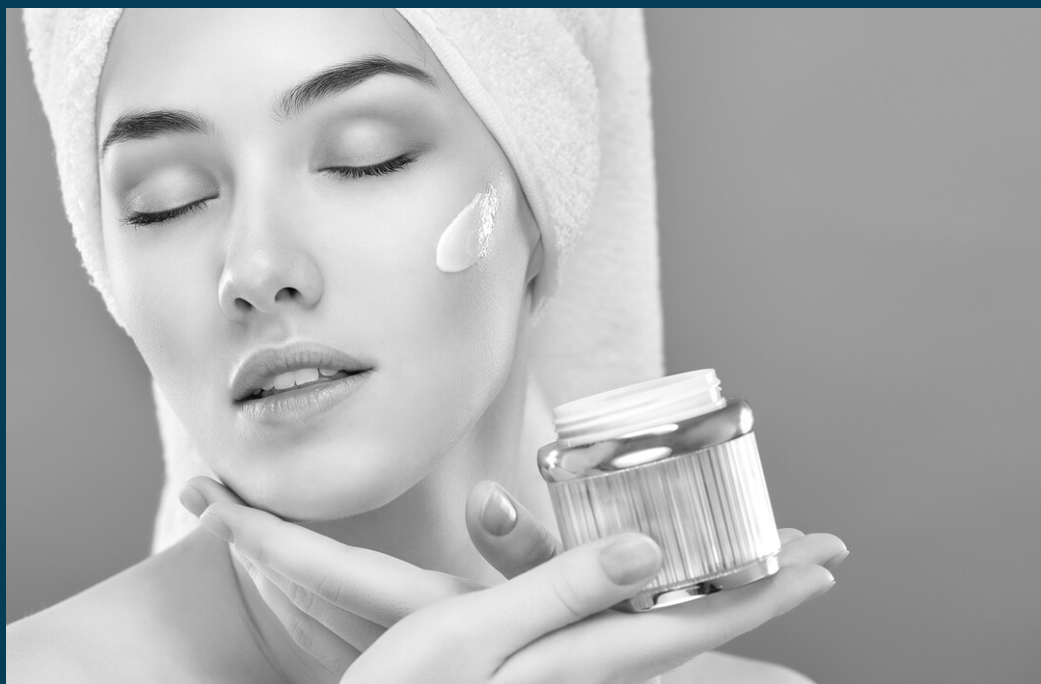
Zbadanie ich pozwala nam na starcie dowiedzieć się gdzie możemy spodziewać się znaleźć zainteresowane naszą ofertą firmy, które do tej pory współpracowały z konkurencją, ale równie dobrze mogą okazać się nabywcami naszego produktu.

Kanały dystrybucji

VKONTAKTE
PORTALE BRANŻOWE
ODNOKLASSNIKI
INSTAGRAM
FACEBOOK
LINKEDIN
WHATSAPP
TELEGRAM
VIBER
YANDEX.RU

Przykładowe kanały promocji

Rosja



LOTON

Firma z branży kosmetycznej,
która chciała wejść na rynki
wschodnie.

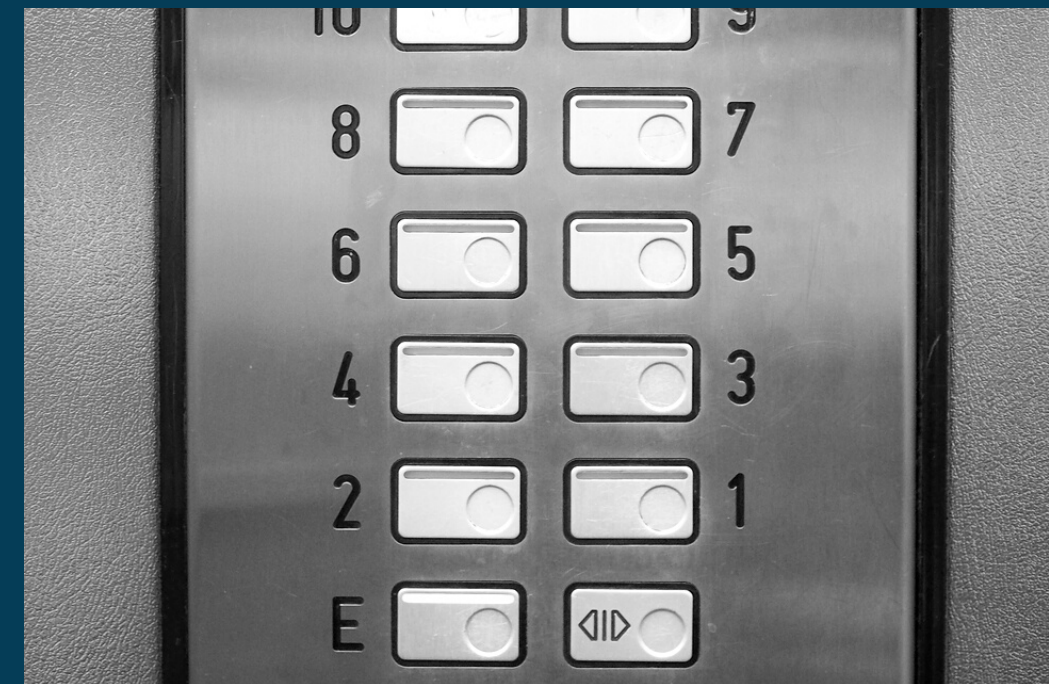
[HTTPS://ITRO.PL/FIRMA-Z-BRANZY-KOSMETYCZNEJ/](https://itro.pl/firma-z-branzy-kosmetycznej/)



WIELTON

Firma z branży logistycznej,
która kontynuuje eksport na
rynkach wschodnich.

[HTTPS://ITRO.PL/SUKCESY-POLSKICH-EKSPORTEROW/SUKCESY-POLSKICH-EKSPORTEROW-GRUPA-WIELTON/](https://itro.pl/sukcesy-polskich-eksporterow/sukcesy-polskich-eksporterow-grupa-wielton/)



OTIS

Firma z branży dźwigowej, która
osiągnęła sukces eksportowy na
ryнку rosyjskim

[HTTPS://ITRO.PL/CASE-STUDIES/JAK-WINDY-OTIS-WYWALCZYLY-MIEJSCE-NA-RYNKU-W-ROSJI/](https://itro.pl/case-studies/jak-windy-otis-wywalczyly-miejsce-na-ryнку-w-rosji/)

CASE STUDY

BLOK 3

WYMOGI PRAWNE I PODATKOWO- KSIĘGOWE

Rosja

System podatkowy Rosji

REGULACJE PODATKOWE

Wszelkie aspekty rosyjskiego prawa podatkowego uregulowane są w dwuczęściowym kodeksie podatkowym.

DODATKI DO KODEKSU

Pewne normy prawne wynikają także z konstytucji, dekretów Prezydenta Rosji, a także innych ustaw lub innych rozporządzeń o wykonawczym charakterze.

PODZIAŁ OPŁAT

Obecnie w Federacji Rosyjskiej występuje 14 podatków, które można podzielić na trzy podstawowe kategorie – podatki federalne, regionalne i lokalne.

Opłaty eksportowe w Rosji

CŁO

Bazowa stawka opłaty celnej nie jest stała i może się różnić w zależności od państwa, z którego pochodzi towar. Dla Polski, z którą Rosja zawarła umowę o wzajemnym sprzyjaniu w handlu, stosowana jest stawka podstawowa.

Opłaty eksportowe w Rosji

VAT

- 20% - stawka podstawowa.
- 16,67% - usługi elektroniczne.
- 10% - wybrane artykuły spożywcze, dziecięce, medyczne; periodyczne wydania drukowane.
- 0% - statki, samoloty, usługi związane z transportem morskim i lotniczym; eksport.

Podstawa opodatkowania zawiera w sobie kwotę podatku akcyzowego, a w przypadku importu – także należnego cła.





Opłaty eksportowe w Rosji

AKCYZA 2021

- Benzyna silnikowa - 13 262 rub/tonę,
 - Olej napędowy - 188 rub/tonę,
 - Alkohol etylowy - 0 rub lub 566,00 rub/l 100% vol
 - Piwo – do 0,5% alkoholu – 0 rub / l, od 0,5% do 8,6% alkoholu - 23 rub /l, pow. 8,6% - 43 rub /l
 - Wino - 32 rub /l gotowego wyrobu.
 - Papierosy – 2359,00 rub za każde 1.000 sztuk.
 - Samochody - w zależności od mocy silnika - do 1464 rub za 0,75 kW.
-

Wysokość opodatkowania firm

Rosja

10-20%

Podatek od dochodu zagranicznych podmiotów, prowadzących działalność bez filii lub przedstawicielstwa w Rosji.

15%

Podstawy opodatkowania od przychodów (dochodów) z zysków kapitałowych dla spółek zagranicznych.

20%

Podstawowa stawka CIT w Rosji wynosi obecnie 20%. Taka sama stawka dotyczy nierezydentów osiągających przychody ze źródeł położonych na terytorium Rosji.

Dokumenty eksportowe

Jako że Federacja Rosyjska należy do Unii Celnej, do eksportu zazwyczaj wymagany jest tylko Certyfikat Zgodności Unii Celnej lub Deklaracja Unii Celnej.

Pełna lista dokumentów honorowanych w Rosji:

- Certyfikat Unii Celnej
- Deklaracja Unii Celnej
- Świadectwo Państwowej Rejestracji
- Odmowny list
- Certyfikat GOST-R
- Certyfikat przeciwwybuchowy
- Certyfikat Pożarowy
- Notyfikacja FSB

FORMY PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI

Rosja

Dopuszczalne formy dla podmiotów zagranicznych:

- wejście jako udziałowiec do spółki,
- założenie spółki lub spółki-córki,
- nabycie spółki lub udziałów w niej,
- założenie oddziału zagranicznego podmiotu prawnego,
- otwarcie przedstawicielstwa zagranicznego podmiotu prawnego.

W przypadku chęci założenia spółki w Federacji Rosyjskiej, najbardziej rekomendowaną formą jest spółka z o.o. i partnerstwo gospodarcze oraz przedstawicielstwo lub oddział zagranicznej osoby prawnej.

ROSJA

Branże z potencjałem eksportowym

AUTOMOTIVE

Samochody i pozostałe pojazdy silnikowe przeznaczone zasadniczo do przewozu < 10 osób, włącznie z samochodami osobowo-towarowymi (kombi) oraz samochodami wyścigowymi

PRZEDMIOTY KOLEKCJONERSKIE

dzieła sztuki, antyki,
inne przedmioty kolekcjonerskie

BRANŻA MEBLARSKA

odnotowano zwiększone zapotrzebowanie na produkty z branży meblarskiej wykonane z drewna lub płyty MDF

DREWNO

- DREWNO i artykuły z drewna, węgiel drzewny
- Ścier z drewna lub pozostałego włóknistego materiału celulozowego; papier, tektura, makulatura i wyroby z nich

URZĄDZENIA ELEKTRYCZNE

Aparaty telefoniczne, aparatura do transmisji głosu, obrazów lub innych danych, włączając aparaturę do komunikacji w sieci przewodowej lub bezprzewodowej oraz ich części

LEKI

Leki złożone z produktów do celów terapeutycznych, lub profilaktycznych, pakowane w odmierzone dawki (włącznie z lekami podawanymi przez skórę), lub w opakowania do sprzedaży detalicznej

SPRZĘT ROLNICZY

Części i akcesoria do ciągników, pojazdów samochodowych i pozostałych pojazdów silnikowych przeznaczonych zasadniczo do przewozu osób, pojazdów silnikowych do przewozu towarów i pojazdów silnikowych specjalnego przeznaczenia

ROZWÓJ POŁĄCZEŃ

Zgodnie ze strategią władz Federacji Rosyjskiej, Rosja dąży do polepszenia i rozwoju połączeń transportowych między nią, a państwami Azji Centralnej, a także rozwoju międzynarodowych korytarzy takich jak, np. Japonia- Korea Południowa- Europa Północna. W związku z tym planowane są bardzo duże inwestycje w infrastrukturę.

POTĘGA KOLEI

Ze względu na duże terytorium kraju, dominującym środkiem transportu towarów i ludzi w Rosji pozostaje kolej. Wykonuje ona ponad 43% ogółu przewozów towarowych i 55% wszystkich przewozów pasażerskich. Długość użytkowanej sieci kolejowej wynosi ok. 87 tyś. km. Pod tym względem Rosja zajmuje trzecie miejsce na świecie, po USA i Chinach.

OBWÓD KALININGRADZKI

Przekraczanie polsko-rosyjskiej granicy z Obwodem Kaliningradzkim jest możliwe wyłącznie przez lądowe przejścia graniczne lub drogą lotniczą przez międzynarodowy port lotniczy Kaliningrad-Chrabowo.

Rosja

INFRASTRUKTURA
DROGOWA I
TRANSPORTOWA

Obowiązek wizowy w Rosji

Wjazd do Federacji Rosyjskiej odbywa się na podstawie ważnej wizy.

Warunki otrzymania wizy rosyjskiej określa Umowa między Wspólnotą Europejską a Federacją Rosyjską o ułatwieniach w wydawaniu wiz obywatelom Unii Europejskiej i Federacji Rosyjskiej z dnia 25 maja 2006 r. (Dz.U.U.E.L.07.129.27).

Wyjazd z terytorium Federacji Rosyjskiej powinien nastąpić bezwzględnie w okresie ważności wizy rosyjskiej lub prawa pobytu na terytorium Federacji Rosyjskiej.

Od 1 lipca 2019 r. Federacja Rosyjska wprowadziła możliwość ubiegania się o wizę jednokrotną w celu biznesowym, turystycznym lub humanitarnym, drogą elektroniczną pod adresem: <http://electronic-visa.kdmid.ru/>, otrzymana e-wiza uprawnia do wjazdu tylko do obwodu kaliningradzkiego. Natomiast od 1 października 2019 r. analogiczna możliwość została przewidziana dla osób udających się do Sankt Petersburga i obwodu leningradzkiego.

Ograniczenia w związku z COVID-19

NEGATYWNY WYNIK TESTU

Osoba wjeżdżająca do FR musi przedstawić negatywny wynik testu PCR wykonanego nie wcześniej niż trzy dni do przyjazdu lub wykonać test w ciągu 3 dni w FR. Dokument musi być przetłumaczony na język rosyjski lub angielski.

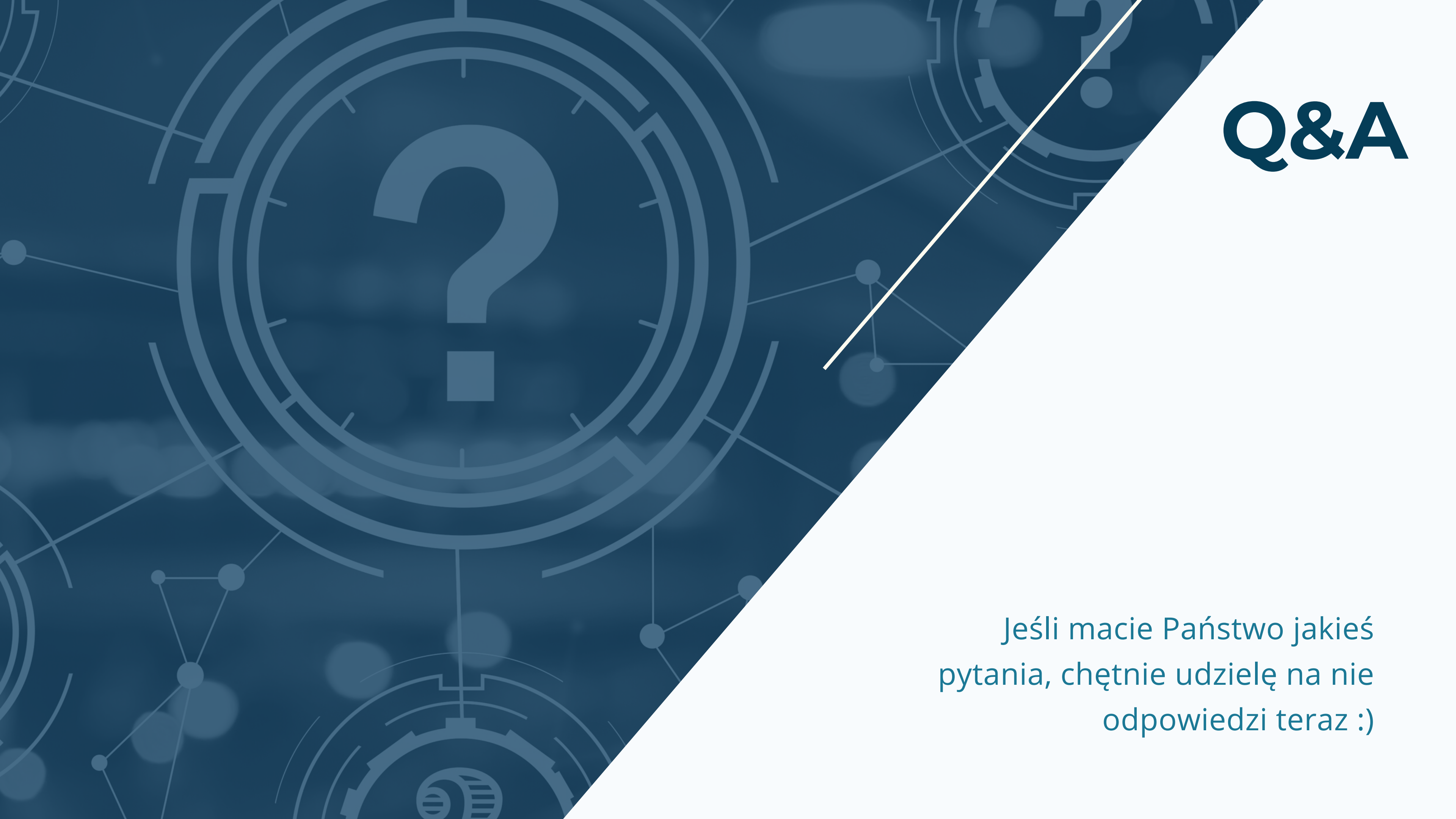
OBOWIĄZKOWA KWARANTANNA

Osoby przybywające do Rosji są zobowiązane niezwłocznie:

- przejść 14-dniową izolację;
- zadzwonić na infolinię, by poinformować o swoim przyjeździe i zostawić swoje dane kontaktowe;
- wypełnić ankietę na stronie rządowej.

ZAKAZ WJAZDU DO ROSJI DLA POLAKÓW

W świetle obowiązujących przepisów obywatele RP nie mogą wjechać na terytorium Federacji Rosyjskiej. Zakaz wjazdu cudzoziemców wprowadzony Rozporządzeniem Rządu Federacji Rosyjskiej z dn. 16.03.2020 z późn. zmianami obowiązuje do odwołania.



Q&A

Jeśli macie Państwo jakieś
pytania, chętnie udzielę na nie
odpowiedzi teraz :)



WARSZTAT

Jak przygotować projekt mailingu?
Jak dostosować treści do rynku?
Najważniejsze wytyczne i porady.

Dziękuję za uwagę :)

SEBASTIAN SADOWSKI-ROMANOV



Fundusze Europejskie
Program Regionalny



**Rzeczpospolita
Polska**



Województwo
Kujawsko-Pomorskie

Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



**BYDGOSKA
AGENCJA
ROZWOJU
REGIONALNEGO**


**METROPOLIA
BYDGOSZCZ**