



PŘÍRUČKA K PROGRAMU

Propagace zemědělských produktů (AGRIP)



leden 2022

Prohlášení o vyloučení odpovědnosti a záruk

Cílem tohoto dokumentu je poskytnout pokyny potenciálním žadatelům o spolufinancování informačních a propagačních opatření týkajících se zemědělských produktů.

Obecné informace o podávání návrhů on-line naleznete v on-line příručce: https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/docs/2021-2027/common/guidance/om_en.pdf.

Skutečné webové formuláře a vzory, které jsou k dispozici v systému pro podávání návrhů on-line na portálu pro financování a nabídková řízení, se mohou od příkladů uvedených v této příručce lišit.

Pokud byste měli jakékoli návrhy nebo připomínky, jak tuto příručku vylepšit, zašlete nám e-mail na tuto adresu: REA-AGRI-GRANTS@ec.europa.eu.

ÚVOD

Účelem této příručky je pomoci vám sestavit návrhy na informační a propagační programy týkající se zemědělských produktů na vnitřním trhu a ve třetích zemích.

Více informací naleznete:

- v oddíle propagace zemědělských produktů EU na internetových stránkách Generálního ředitelství pro zemědělství a rozvoj venkova:

https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/market-measures/promotion-eu-farm-products_en,

na internetových stránkách týkajících se propagace zemědělských produktů na portálu výkonné agentury: https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products_en.

Podmínky pro kontakt s asistenční službou jsou stanoveny ve výzvě k podávání návrhů.

Odpovědi na otázky, které nespadají do oblasti IT, budou zveřejněny postupně na této stránce: [Financování a nabídková řízení \(europa.eu\)](#).

Na asistenční službu se obračejte teprve poté, co se pokusíte vyhledat informace v poskytnuté dokumentaci.

HISTORIE ZMĚN		
Verze	Datum zveřejnění	Změny
1.0	28. 1. 2021	Původní verze
2.0	3. 12. 2022	Několik aktualizací týkajících se dílčích kritérií pro udělení grantu, kontaktních údajů agentury REA, často kladených dotazů

Example, not to complete

OBSAH

ÚVOD	2
SLOVNÍČEK POJMŮ.....	5
1. PŘEHLED PROGRAMU	6
1.1 KLÍČOVÉ DOKUMENTY	6
1.2 PŘÍPRAVNÉ KROKY	7
1.2.1 Obecné pokyny před vypracováním návrhu.....	7
1.2.2 Jazykový režim.....	8
1.2.3 Role a odpovědnost různých subjektů	8
2. PŘÍPRAVA NÁVRHU	10
2.1 Formulář žádosti	10
2.2 Část A – Administrativní formulář	10
2.3 Část B – Technický popis projektu	12
2.4 Přílohy žádosti.....	28
3. HODNOCENÍ A VÝSLEDKY	30
3.1 Přehled procesu hodnocení	30
3.2 Výsledky	30
PŘÍLOHY	32
Příloha I: Doplnující informace o kritériích pro udělení.....	32
Příloha II: Informace o reprezentativnosti/právním subjektu	32
Příloha III: Metodické návrhy pro výpočet návratnosti <i>ex post</i>	32

SLOVNÍČEK POJMŮ

Roční pracovní program stanoví každoroční strategické priority propagačních opatření a přijímá ho Evropská komise v souladu s článkem 8 nařízení (EU) č. 1144/2014 Evropského parlamentu a Rady ze dne 22. října 2014 (základní právní akt).

(Spolu)příjemce je organizace, která získá spolufinancování EU na základě úspěšného návrhu na jeden z programů spolufinancovaných EU a podpisu příslušné grantové dohody. V průběhu procesu zpracování žádosti se používá pojem **žadatel (žadatelé)** a/nebo **účastníci**. Jak pro žadatele, tak pro příjemce se v závislosti na fázi řízení používá rovněž termín **navrhující organizace**.

Jednotlivý program/návrh je označován jako **akce**. Skládá se z uceleného souboru **činností**.

Návrhy na **jednoduché programy** může podávat jedna nebo několik navrhujících organizací ze stejného členského státu.

Návrhy na **složené programy** mohou podávat alespoň dvě navrhující organizace z nejméně dvou členských států nebo jedna či více unijních organizací.

V případě složených programů se podepisuje **grantová dohoda** mezi výkonnou agenturou (která jedná v rámci pravomocí, které na ni deleguje Evropská komise) a přijímajícími organizacemi, tj. příjemci spolufinancování EU.

V případě jednoduchých programů se podepisuje **smlouva** mezi příslušnými vnitrostátními orgány a příjemcem nebo příjemci, která se také nazývá **grantová dohoda**.

Podpisem dohody příjemci přijímají grant a zavazují se k tomu, že provedou akci na svou vlastní odpovědnost a na základě dohody a v souladu se všemi povinnostmi a podmínkami, které dohoda stanoví.

Pokud je do akce zapojeno více příjemců/žadatelů, musí být mezi nimi podepsána **dohoda o konsorciu** jako dodatek ke grantové dohodě. Tato dohoda nesmí obsahovat žádné ustanovení, jež by bylo v rozporu s grantovou dohodou.

Provádějící subjekt je subjektem pověřeným prováděním činností v rámci programu a plní roli **subdodavatele**.

Předběžné financování, jak je uvedeno v grantové dohodě, je ekvivalentem pojmu **zálohová platba** používaného v legislativních textech.

Portál pro financování a nabídková řízení jsou internetové stránky, které obsahují informace o financování programů Horizont Evropa, jakož i dalších programů Unie, včetně propagace zemědělských produktů.

Výkonná agentura je subjektem, kterému Evropská komise svěřila řízení složených programů.

Evropská výkonná agentura pro výzkum (REA) řídí technické a finanční provádění propagace zemědělských produktů.

Příslušný vnitrostátní orgán je odpovědný útvar určený vládou členského státu pro řízení provádění jednoduchých programů.

1. PŘEHLED PROGRAMU

Politika EU v oblasti propagace zemědělských produktů (AGRIP) má obecný cíl zvyšovat konkurenceschopnost zemědělského odvětví Unie.

Konkrétně by se informační a propagační opatření měla zaměřit na:

- zvýšení povědomí o režimech jakosti Unie a jejich uznání, ale i povědomí spotřebitelů o kvalitě zemědělských produktů a způsobech produkce Unie,
- zvyšování konkurenceschopnosti a spotřeby zemědělských produktů Unie, jejich zviditelnění a zvýšení podílu těchto produktů na trhu.

V případě závažného narušení trhů by tato opatření měla pomoci obnovit standardní tržní podmínky.

Aby tato politika dosáhla svých cílů, musí být informační a propagační opatření prováděna uvnitř členských států EU i mimo ně. Provádějí se ve formě:

- jednoduchých programů, které může předkládat jedna nebo více navrhujících organizací se sídlem ve stejném členském státu,
- složených programů, které mohou předkládat alespoň dva žadatelé se sídlem v různých členských státech nebo jedna či více unijních organizací.

1.1 KLÍČOVÉ DOKUMENTY

Dříve, než se rozhodnete, že podáte návrh a vyplníte jednotlivé formuláře žádosti, ověřte si, zda vaše organizace, propagované produkty a vlastní akce splňují kritéria způsobilosti. Také byste měli ověřit, zda jsou vaše plánované činnosti a cílové země v souladu s prioritami uvedenými ve výzvě k podávání návrhů.

Z tohoto důvodu je třeba jako úplně první krok podrobně pročíst příslušnou dokumentaci, a to:

- nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1144/2014 ze dne 22. října 2014 o informačních a propagačních opatřeních na podporu zemědělských produktů na vnitřním trhu a ve třetích zemích a o zrušení nařízení Rady (ES) č. 3/2008,
- nařízení Komise v přenesené pravomoci (EU) 2015/1829 ze dne 23. dubna 2015, kterým se doplňuje nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1144/2014 o informačních a propagačních opatřeních na podporu zemědělských produktů na vnitřním trhu a ve třetích zemích,
- prováděcí nařízení Komise (EU) 2015/1831 ze dne 7. října 2015, kterým se stanoví pravidla pro uplatňování nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1144/2014 o informačních a propagačních opatřeních na podporu zemědělských produktů na vnitřním trhu a ve třetích zemích,
- příslušné roční prováděcí rozhodnutí Komise o přijetí pracovního programu na dotýčný rok v rámci informačních a propagačních opatření na podporu zemědělských produktů prováděných na vnitřním trhu a ve třetích zemích,
- výzvu k podávání návrhů.

Pokud byste měli další otázky, můžete konzultovat také:

- přehlednou prezentaci o propagační politice, která je k dispozici na adrese https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products_en,
- vzorové grantové dohody (pro jednoduché i složené programy),
- často kladené dotazy týkající se konkrétní výzvy, které naleznete na stránce [Financování a nabídková řízení \(europa.eu\)](https://financovani.europa.eu).

Specifické pro jednoduché programy:

- příslušné vnitrostátní orgány: žadatelé, kteří připravují jednoduché programy, se mohou obrátit na své příslušné orgány členského státu a požádat o další informace k právnímu základu, vzorové grantové dohodě i provádění akcí. Seznam příslušných vnitrostátních orgánů naleznete na adrese https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products_en,
- pod tímto odkazem je k dispozici velký soubor webinářů, které vám pomohou zlepšit technickou kvalitu vašich návrhů: https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products_en.

1.2 PŘÍPRAVNÉ KROKY

1.2.1 *Obecné pokyny před vypracováním návrhu*

Návrh je členěn do dvou částí (část A – Administrativní formulář, který se vyplňuje v elektronickém systému, a část B – Technický popis vašeho projektu, který se nahraje ve formátu PDF) a jeho součástí jsou přílohy. Viz: [on-line příručka – Příležitosti týkající se financování a nabídkových řízení \(europa.eu\)](https://on-line-prirucka.europa.eu)

Od výzvy k podávání návrhů se očekává, že bude vysoce konkurenční. Slabý prvek v jinak dobrém návrhu může vést k nižšímu celkovému hodnocení, což může mít za následek to, že návrh nebude vybrán pro financování EU.

S ohledem na tuto skutečnost vám doporučujeme, abyste se dříve, než začnete připravovat svůj návrh, zamysleli nad těmito aspekty:

- **relevantnost:** ověřte, zda váš návrh vyhovuje parametrům výzvy k podávání návrhů a zda řeší konkrétní téma, které jste zvolili. Návrhy, které nespádají do rozsahu výzvy k podávání návrhů, budou prohlášeny za nezpůsobilé. Návrhy, které nedostatečně řeší výzvu nebo konkrétní téma, mohou být zamítnuty, protože nemusí dosáhnout prahové hodnoty příslušného kritéria pro udělení grantu,
- **úplnost:** ověřte, zda váš zamýšlený návrh obsahuje všechny relevantní informace a postihuje všechny aspekty popsané v kritériích pro udělení grantu, ve vzoru návrhu i v této příručce, protože bude hodnocen pouze na základě předloženého obsahu. Důsledně dodržujte formát vzoru pro část B a zajistěte, aby byly všechny požadované informace nahrány. Nezapomeňte, že kvantita neznamená kvalitu: dobré návrhy jsou jasně formulovány a jsou snadno pochopitelné. Jsou přesné, stručné a zaměřují se na podstatu. Mějte na paměti,

že pro část B vašeho návrhu existuje omezení počtu stránek a že veškerý text nad rámec tohoto omezení bude označen vodoznakem a hodnotitelé nebudou tyto stránky brát v úvahu,

- **dopad:** kvalitní návrhy by měly být zaměřeny na výsledky a měly by jasně vysvětlit, jak má být těchto výsledků dosaženo. Jejich součástí musí být také popis metodických přístupů vycházející ze spolehlivé a věrohodné hodnotící studie – již provede nezávislý externí subjekt – který se zaměří nejenom na hodnocení procesu, ale zejména posoudí konečný očekávaný dopad. Více informací naleznete v doplňujících informacích o kritériích pro udělení grantu (příloha I).

1.2.2 Jazykový režim

Návrhy mohou být předkládány v kterémkoli z úředních jazyků Evropské unie.

K usnadnění přezkumu návrhů nezávislými odborníky, kteří poskytují technické údaje pro hodnocení, by měl být k návrhu pokud možno připojen překlad celé technické části návrhu (části B) do angličtiny, je-li návrh vyhotoven v jiném úředním jazyce EU.

Překlady do angličtiny by měly být kvalitní, aby se předešlo rozporům s původní verzí.

Žadatelé podávající návrhy na **složené programy** by si měli být vědomi skutečnosti, že výkonná agentura bude ke komunikaci s příjemci ohledně navazujících opatření a sledování spolufinancovaných složených programů (fáze řízení grantů) obecně používat angličtinu.

Žadatelé podávající návrhy na **jednoduché programy** by měli vzít v úvahu skutečnost, že smlouvy budou řídit členské státy. Žadatelé se proto vybízejí, aby svůj návrh podali v jazyce (jazycích) členského státu původu navrhující organizace (navrhujících organizací), pokud dotčený členský stát nedal najevo svůj souhlas s tím, aby byla dohoda podepsána v angličtině¹.

1.2.3 Role a odpovědnost různých subjektů

Do provádění akce může být zapojeno více subjektů, přičemž každý z nich má jinou roli a odpovědnost:

- **Koordinátor** je zejména subjekt odpovědný za tyto úkoly:
 - podat návrh jménem všech dotčených navrhujících organizací,
 - sledovat, zda je akce správně prováděna (viz článek 11 grantové dohody),
 - plnit úlohu zprostředkovatele pro veškerou komunikaci mezi příjemci a řídicím orgánem (zejména poskytovat informace popsané v článku 19

¹ Informace jsou k dispozici na adrese [competent-national-authorities-simple-programmes-v3_en.pdf](https://ec.europa.eu/eas/competent-national-authorities-simple-programmes-v3_en.pdf) (europa.eu).

grantové dohody výkonné agentuře nebo členskému státu), pokud není uvedeno jinak,

- vyžádat si od spolužadatelů/spolupříjemců veškeré dokumenty nebo informace požadované řídicím orgánem, přezkoumat je a ověřit jejich úplnost a správnost před jejich předáním tomuto orgánu,
- předložit výstupy a zprávy během provádění akce (viz článek 21 grantové dohody),
- poskytnout záruku předběžného financování, a to standardně u jednoduchých programů a na žádost agentury u složených programů (viz článek 23 grantové dohody),
- zajistit, aby všechny platby byly spolupříjemcům poukázány v řádném termínu (viz článek 22.1 grantové dohody),
- informovat řídicí orgán o částkách vyplacených každému spolupříjemci, je-li to požadováno (viz články 22 a 32 grantové dohody).

Ved'te v patrnosti, že koordinátor nesmí výše uvedené úkoly delegovat na žádného jiného spolupříjemce, ani je zajistit subdodavatelsky třetí stranou.

- Ostatní příjemci/žadatelé jsou zodpovědní zejména za tyto úkoly:
 - zachovávat aktuálnost informací uložených na portálu pro financování a nabídková řízení – registr příjemců (v elektronickém systému výměny informací) (viz článek 19 grantové dohody),
 - okamžitě informovat koordinátora o všech událostech nebo okolnostech, které by mohly významně ovlivnit nebo zpozdit provádění akce (viz článek 19 grantové dohody),
 - předložit koordinátorovi včas:
 - jednotlivé účetní závěrky a v případě potřeby osvědčení o účetní závěrce (viz článek 21 grantové dohody),
 - údaje potřebné pro sestavování zpráv (viz článek 21 grantové dohody),
 - jakékoli jiné dokumenty nebo informace požadované agenturou nebo Komisí / členským státem podle grantové dohody, pokud grantová dohoda nevyžaduje, aby příjemce tyto informace předložil přímo jim.

Navíc, pokud se na akci podílí několik příjemců/žadatelů, musí být podepsána **dohoda o konsorciu** jakožto dodatek ke grantové dohodě. Tato dohoda může mít různé podoby, ale nejběžnější je standardní písemná dohoda. Pokyny k dohodám o konsorciu naleznete v on-line příručce a pokynech „Jak vypracovat dohodu o konsorciu“, jež jsou k dispozici na adrese

http://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/other/gm/h2020-guide-cons-a_en.pdf.

Dohoda o konsorciu nemusí být podána společně s návrhem, ale musí být k dispozici do okamžiku podpisu grantové dohody.

- Subdodavatel nebo subdodavatelé (viz článek 9 grantové dohody):

- Nejsou stranami grantové dohody a nemají smluvní vztah s agenturou / členským státem.
- **Hlavní úkoly akce (tj. technickou a finanční koordinaci akce a řízení strategie) nelze realizovat prostřednictvím subdodávek.**
- Musí být vybráni tak, aby byla zajištěna ekonomicky nejvýhodnější nabídka, nebo případně nejnižší cena a zaručena neexistence střetu zájmů. Žadatelé/příjemci považovaní za „veřejnoprávní subjekty“ se musí řídit vnitrostátními právními předpisy o veřejných zakázkách, které provádějí směrnici 2014/24/EU.
- Úkoly hodnocení nelze zadávat subjektům se strukturální vazbou.
- Třetí strany, které získávají finanční podporu (viz článek 9.4 grantové dohody):
 - Finanční podpora ve formě grantů může být poskytována pouze subjektům, které jsou propojeny s příjemcem² a které jsou identifikovány v návrhu projektu.
 - Projekt stanoví maximální výši finanční podpory pro každou třetí stranu a kritéria a postupy pro poskytování finanční podpory.
 - Příjemci musí zajistit, aby byly náklady účtované na akci omezeny na skutečně vynaložené náklady těchto třetích stran (tj. bez jakéhokoli ziskového rozpětí) a aby subjekty dodržely zásadu řádného finančního řízení a vedly evidenci svých nákladů.

2. PŘÍPRAVA NÁVRHU

2.1 Formulář žádosti

Formulář žádosti je členěn do dvou částí, části A a části B:

- Část A obsahuje strukturované administrativní formuláře s údaji o účastnících, právními prohlášeními a kontaktními osobami (z obrazovek ze systému pro podání návrhů). Může rovněž obsahovat určité konkrétní otázky týkající se výzvy, které obecně slouží ke sledování programu.
- Část B představuje popisnou část návrhu. Jedná se o technický popis projektu s plánovanými činnostmi, soubory pracovních úkolů, náklady atd.

2.2 Část A – Administrativní formulář

Cílem následujících pokynů je poskytnout informace o správném vyplnění této části.

Oddíl 1: Obecné informace

V tomto oddíle uveďte zkratku, název návrhu, dobu trvání, volná klíčová slova a také shrnutí vašeho návrhu v angličtině. Toto shrnutí projektu, které bude v případě přijetí

² „Propojené subjekty“ jsou subjekty, které mají vazbu s příjemcem, zejména právní nebo kapitálové propojení, které není ani omezeno pouze na akci, ani nevzniklo za výhradním účelem jejího provádění.

vašeho návrhu ke spolufinancování zveřejněno, formulujte co nejpřesněji a nejkompaktněji.

Dále musíte uvést, zda byly v posledních dvou letech podány podobné návrhy.

Oddíl 2: Účastníci

Koordinátor uvede kód PIC všech navrhujících organizací. Mějte na zřeteli, že je třeba, abyste používali platný kód PIC.

V tomto oddíle jste vyzváni k tomu, abyste uvedli pro každého účastníka typ navrhujících organizací, jak je uveden v článku 7 nařízení č. 1144/2014.

Při výběru typu organizace si ověřte, že odpovídá informacím uvedeným v příslušné příloze o reprezentativnosti / právním subjektu.

Oddíl 3: Rozpočet

V tomto oddíle musíte vyplnit přehlednou rozpočtovou tabulku (její vzor je uveden níže):

Forms of funding	Estimated eligible costs (per budget category)											Estimated EU contribution ²					
	Direct costs											Indirect costs	Total costs	EU contribution to eligible costs			Maximum grant amount ⁶
	A. Personnel costs		B. Subcontracting costs	C. Purchase costs				D. Other cost categories		E. Indirect costs ³		Funding rate % ⁴		Maximum EU contribution ⁵	Requested EU contribution		
	A.1 Employees (or equivalent)	A.4 SME workers and natural person beneficiaries	B. Subcontracting	C.1 Travel and subsistence			C.2 Equipment	C.3 Other goods, works and services	D.1 Financial support to third parties	E. Indirect costs							
	A.2 Natural persons under direct contract	A.3 Seconded persons		Travel	Accommodation	Subsistence											
	Actual costs	Unit costs (except accompanying personnel)	Unit costs ⁷	Actual costs	(Actual costs) / (unit costs) ⁷	(Actual costs) / (unit costs) ⁷	(Actual costs) / (unit costs) ⁷	Actual costs	Actual costs	/ Actual costs	/ (unit costs) ⁷	Flat-rate costs ⁸					
1 - (short name beneficiary)																	
2 - (short name beneficiary)																	
Total consortium																	

Bílé buňky musí vyplnit koordinátor, zatímco šedé buňky jsou zadány automaticky nebo vypočteny systémem a černé buňky nelze vyplnit.

Každý řádek rozpočtové tabulky představuje celkové odhadované výdaje za jednotlivé žadatele.

Podle vzorové grantové dohody se rozlišují čtyři kategorie nákladů (viz článek 6.2 grantové dohody s podrobným popisem jednotlivých rozpočtových kategorií):

- A. Osobní náklady
- B. Náklady na subdodavatele
- C. Pořizovací náklady
- D. Finanční podpora poskytnutá třetím stranám
- E. Nepřímé náklady

Přímé náklady musí být členěny v individuální analýze rozpočtu podle části B žádosti, v rámci popisu souborů pracovních úkolů (oddíl 4).

Ujistěte se, že částky u každé kategorie nákladů a součty v části A se rovnají odpovídajícím částkám uvedeným v analýze rozpočtu podle souborů pracovních úkolů v části B žádosti a částkám vypočítaným vyplněním přílohy V „Podrobná rozpočtová tabulka“.

Zejména dávejte pozor, abyste při práci na části A a B nezahrnuli nepřímé náklady dvakrát.

Maximální příspěvek EU se vypočítá jako celkové náklady vynásobené sazbou náhrady. Tu vyplní systém automaticky na základě podmínek výzvy a tématu, jakož i členského státu žadatele (žadatelů).

Vezměte na vědomí, že z důvodu zjednodušení rozpočtové tabulky není třeba uvést příspěvky žadatelů.

Rozdíl mezi celkovými odhadovanými způsobilými náklady, sníženými o požadovaný příspěvek EU, se implicitně považuje za „příspěvek žadatele“.

Oddíl 4: Další otázky

V tomto oddíle by měly být uvedeny také cílové země návrhu a produkty, které mají být propagovány.

Pokud je to relevantní, uveďte, který režim má být propagován a který produkt nebo produkty budou použity k jeho ilustraci.

Vedťe v patrnosti, že lze vybrat několik produktů. Pouze produkty způsobilé podle článku 5 nařízení č. 1144/2014 mohou být předmětem propagačních nebo informačních akcí nebo mohou být použity k ilustraci propagovaného režimu.

Výběr musí být v souladu se zvoleným tématem a také s produkty popsány v popisné technické části vaší žádosti (v oddíle 2 – části B).

Nakonec byste měli uvést, zda akce propaguje produkty nebo metody potvrzené jako udržitelné.

POZNÁMKA: Seznamte se s doplňujícími informacemi v oddíle 2.3 této příručky týkajícími se navrhovaných akcí, které kladou důraz na udržitelnou zemědělskou produkci a spotřebu a dbejte na konzistentnost mezi částí A a částí B.

Dále uveďte pro každou cílovou zemi návrhu podíl rozpočtu vyjádřený v procentech a nárůst prodeje/vývozu propagovaného produktu (propagovaných produktů) (vyjádřený v eurech).

Pečlivě vyberte jednu nebo několik cílových zemí, režimů a produktů, které má program propagovat.

Výzva k podávání návrhů uvádí cílové země, režimy a produkty, které jsou způsobilé v rámci příslušných témat.

2.3 Část B – Technický popis projektu

Část B se týká technického obsahu návrhu. Pro usnadnění jejího vypracování by žadatelé měli používat vzor dodaný v rámci systému a řídit se pokyny uvedenými v této příručce.

Je povinné vyplnit všechny předem stanovené oddíly a odpovědět na otázky uvedené v tomto dokumentu.

Kvalita návrhů bude hodnocena podle těchto kritérií pro udělení grantu:

1. Relevantnost

2. Kvalita

3. Dopad

Tato kritéria jsou dále členěna na **dílčí kritéria** (příloha I této příručky). Je důležité zajistit, aby váš **návrh zohledňoval všechna dílčí kritéria pro udělení grantu** uvedená v příloze.

Tento soubor kritérií umožní nezávislým odborníkům, **aby efektivně posoudili** kvalitu vašeho **návrhu**.

Část B by měla obsahovat následující oddíly, které odpovídají kritériím pro udělení grantu:

Oddíl 1: Relevantnost

1.1 Souvislosti a obecné cíle

Stručně představte navrhující organizaci (organizace), reprezentované produktové odvětví a jeho členy, aniž byste opakovali informace již uvedené v části A formuláře žádosti. Je třeba uvést informace o struktuře odvětví, počtu členů/společností, údaje o obratu a o zaměstnanosti.

Vezměte na vědomí, že informace o reprezentativnosti vaší organizace ve vašem členském státě nebo na úrovni Unie pro dotčené (dotčená) odvětví produktu by měly být uvedeny formou přílohy za použití příslušného vzoru. Vyplněná příloha se nahrává samostatně pod příslušnou položkou společně s relevantními informacemi o právním subjektu (viz též kapitola 2.4 této příručky).

Uveďte produkty nebo režimy, které bude příslušná akce propagovat nebo o nichž bude informovat. Pokud propagujete produkty uvedené v příloze I nařízení č. 1144/2014, uveďte kód (kódy) KN³ produktů. Pokud propagujete režimy CHOP/CHZO/ZTS, uveďte prosím registrované názvy uznaných produktů.

Dohlédněte na to, aby stejné produkty/režimy byly uvedeny v příslušném oddíle v části A.

Popište souvislosti a účel projektu a jak odpovídá celkovým cílům výzvy k podávání návrhů.

Dbejte na to, aby všechny příslušné aspekty byly náležitě zohledněny ve strategii programu, včetně zvolených činností a klíčových sdělení.

³ Více informací o kódech KN naleznete na těchto internetových stránkách: http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties/tariff_aspects/combined_nomenclature/index_en.htm.

U každého návrhu uveďte, jak projekt přispívá k cílům v oblasti klimatu a ochrany životního prostředí v rámci společné zemědělské politiky (SZP)⁴, Evropského plánu boje proti rakovině⁵, a co je nejdůležitější, strategie „Od zemědělce ke spotřebiteli“.

Zaměřte se zejména na **udržitelnost produkce** a/nebo **udržitelnost spotřeby**, přičemž jako kritérium použijte definici udržitelného zemědělství Organizace OSN pro výživu a zemědělství (FAO)⁶.

Návrhy předložené v rámci témat týkajících se udržitelnosti by se měly zabývat dalšími aspekty uvedenými v tematických cílech. Propagace projektů zaměřených na zemědělské produkty by proto měla usnadnit propagaci produktů, které jsou udržitelnější z hlediska životního prostředí v intencích Zelené dohody pro Evropu, biologické rozmanitosti a strategie „Od zemědělce ke spotřebiteli“ a v souladu s požadavky stanovenými v článku 11 Smlouvy o fungování Evropské unie (SFEU).

1.2 Analýza trhu a konkrétní cíle projektu

Návrh musí obsahovat příslušnou analýzu trhu pro jednotlivé cílové země. Analýza trhu musí být orientována na produkty a trhy. Musí se zaměřovat na jednotlivé cílové země a sloužit jako základ pro definici cílů a strategií pro akci. Měla by zahrnovat informace a posouzení makroekonomických ukazatelů, konjunktury a prognózy trhu, včetně aktuálních zdrojů údajů.

Uveďte potřebné informace pro popis situace na trhu a/nebo situace v oblasti povědomí na jednotlivých trzích, na něž se váš projekt zaměřuje, tím že odpovíte například na tyto otázky:

Nabídka:

- Jaké jsou údaje o produkci, prodeji a vývozu (objem a hodnota, podíl na trhu) pro žadatelskou organizaci nebo žadatelské organizace a jejich členský stát na jednotlivých cílových trzích? Je plánované zvýšení prodeje kompatibilní s možnostmi zvýšení produkce?
- Jaká je struktura trhu v cílové zemi nebo cílových zemích a jaké je postavení vaší organizace na tomto trhu (tj. konkurenční postavení žadatele)?
- Kdo jsou hlavní konkurenti?
- Jaké je postavení hospodářských subjektů EU ze stejného odvětví produktů na tomto trhu (objem a hodnota vývozu, podíl na trhu atd.)?
- Jaké je jejich postavení ve srovnání s konkurenty ze zemí mimo EU?
- Jakým výzvám čelí?

⁴ Zdravější a udržitelnější potravinový systém EU je základním kamenem Zelené dohody pro Evropu. Více informací naleznete zde: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en.

⁵ [Evropský plán boje proti rakovině, sdělení Komise Evropskému parlamentu a Radě COM\(2021\) 44.](#)

⁶ Organizace OSN pro výživu a zemědělství (FAO), univerzální rámec pro posuzování udržitelnosti potravinového a zemědělského systému (SAFA) <http://www.fao.org/nr/sustainability/sustainability-assessments-safa/en/>, definice <http://www.fao.org/3/ai388e/AI388E05.htm>.

- Jaké jsou jejich marketingové strategie?
- Jaké jsou konkurenční výhody hospodářských subjektů EU?
- Jaké jsou konkurenční výhody navrhující organizace nebo navrhujících organizací?
- Vysvětlete klíčové rozdíly (cena, kvalita atd.), které zvýší konkurenceschopnost vašeho produktu v porovnání s jinými produkty již dostupnými na cílovém trhu.
- Jaké jsou výzvy v oblasti logistiky, pokud existují?
- Popište strukturu a fungování distribučních a maloobchodních kanálů: klíčové maloobchodní řetězce, podíl na trhu podle distribučních kanálů, význam specializovaného obchodu a distribuce pro spotřebu na místě.
- V případě třetí země nebo třetích zemí uveďte podrobnosti o podmínkách dovozu, jako jsou celní a jiné překážky (např. sanitární nebo fytosanitární opatření), a o jakýchkoli dalších omezeních (např. zákazů, přechodném či jiném), jež jsou v platnosti nebo jež se očekávají v průběhu provádění akce.

Poptávka:

- Jaké jsou charakteristiky, demografie, socioprofesionální profily, typologie současných spotřebitelů? Identifikujte a popište kvantitativní a kvalitativní segmenty trhu.
- Jaká je spotřeba na hlavu a jaké jsou trendy spotřeby ve střednědobém horizontu pro kategorii produktů a konkrétní produkty v rámci plánované akce?

Pokud jde o akci na zvýšení povědomí:

- Jaký je současný stav povědomí mezi spotřebiteli?
- Co je třeba zlepšit a jaké jsou výzvy?
- Ve kterých segmentech je povědomí silnější/slabší?

Dále uveďte souhrn dostupných zpráv o průzkumu trhu a/nebo povědomí spotřebitelů na cílových trzích. Je-li to možné, odkazujte na veřejně dostupné zprávy včetně odkazů na zdroje.

Zvláštní ustanovení pro návrhy, které se zaměřují na jednu z nejméně rozvinutých zemí / nejméně rozvinuté země:

Pokud se návrh zaměřuje na jednu nebo několik nejméně rozvinutých zemí podle seznamu OSN⁷, musíte předložit své posouzení vysvětlující, proč navrhovaná akce nebude mít nepříznivý vliv na cíle rozvojové politiky EU v těchto zemích (viz čl. 208 odst.1 (druhý pododstavec) SFEU).

⁷ https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/publication/ldc_list.pdf.

Analýza SWOT:

V rámci analýzy trhu uveďte analýzu SWOT (analýzu silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb) **pro každou cílovou zemi**.

Analýzu SWOT provádí organizace k určení svých **vnitřních** silných a slabých stránek a **vnějších** příležitostí a hrozeb.

Upozorňujeme, že silné a slabé stránky musí korespondovat se situací navrhující organizace nebo navrhujících organizací a s jejich navrhovaným projektem, zatímco příležitosti a hrozby souvisejí s faktory cílového trhu, které jsou z hlediska navrhující organizace nebo navrhujících organizací vnější.

Účelem analýzy je usnadnit definici strategie, trendů a výzev, na něž se projekt zaměří za účelem dosažení cílů.

Cíle SMART:

Návrh musí stanovit cíle, které jsou v souladu s analýzou SWOT a jsou prezentovány na základě **kritérií SMART**, tedy z hlediska konkrétních a kvantifikovaných cílových hodnot.

Měly by být:

- **konkrétní:** cíle musí být přesné a jasné, aby bylo možné jich dosáhnout,
- **měřitelné:** musí být možné posoudit pokrok směrem k dosažení cílů na základě předem stanoveného souboru kvantifikovatelných ukazatelů,
- **dosažitelné:** cíle musí být dosažitelné s přidělenými prostředky a během trvání plánované akce,
- **zaměřené na výsledky:** cíle musí být zaměřeny na výsledky, nikoli na činnosti,
- **časově vymezené:** cíle musí mít jasný časový rámec a lhůty, ve kterých mají být dosaženy.

Žadatelé by se měli řídit doporučeními uvedenými v příloze III této příručky. To usnadní definování cílů podle kritérií SMART a zajistí také soudržnost s hodnocením akce *ex-post*.

Při definování cílů akce je třeba vzít v úvahu i toto:

- Jak se cíle akce vztahují k cílům propagačních opatření uvedeným v člancích 2 a 3 nařízení č. 1144/2014? Jsou cíle v souladu s prioritami stanovenými v ročním pracovním programu a se zvoleným tématem výzvy?
- Jsou cíle akce v souladu s prezentovanou analýzou trhu?

Měly by být popsány až tři hlavní cíle projektu.

Tyto cíle projektu musí být úzce propojeny s ukazateli dopadu, jež jsou uvedeny v prováděcím nařízení a v oddíle 3 této kapitoly.

1.3 Doplňkovost s jinými akcemi a unijní rozměr

Pokud je akce pokračováním předchozí spolufinancované kampaně/kampaní, popište jednoznačně její/jejich dopad a důvody pro opětovné podání a **pokračování**. Vysvětlete, jak projekt navazuje na předchozí kampaně.

Kromě toho by návrhy měly vysvětlovat doplňkovost s jinými **probíhajícími soukromými nebo veřejnými činnostmi**, které provádějí jiné zúčastněné strany, pokud jde o návrh a synergie, které lze vytvořit a zajistit.

Pokud probíhají nebo byly nedávno dokončeny jiné kampaně (spolufinancované EU či nikoli), uveďte:

- a) název, cílové trhy, produkty a dobu trvání podobné akce (akcí);
- b) dosažené výsledky, pokud jsou známy v době podání návrhu;
- c) potenciální synergie a přidanou hodnotu navrhovaného nového programu.

Kromě toho musí mít každý program **unijní rozměr**, co se týče obsahu jeho sdělení i dopadu. Dále musí mít každý program významný rozsah, zejména pokud jde o přeshraniční dopad.

Podrobné vysvětlení týkající se požadavků na unijní rozměr naleznete v příloze I této příručky a v často kladených dotazech.

V tomto oddíle popište všechny přínosy plynoucí z akce na úrovni EU, čímž odůvodníte spolufinancování EU.

Jaký je unijní rozměr akce, pokud jde o:

- šíření informací o evropských normách produkce, jakosti, vysledovatelnosti a bezpečnostních normách platných pro evropské produkty, o evropských stravovacích návycích a kultuře,
- zvyšování povědomí o evropských produktech mezi širokou veřejností a v obchodních odvětvích,
- zajištění synergií mezi organizacemi ve více než jednom členském státě,
- „pokrytí“ chápáné jako potenciální dopad na dotčené cílové skupiny a cílové trhy,

POZNÁMKA: Návrh, který má být proveden pouze v jednom regionu členského státu, nebude mít významné pokrytí.

- podporu obrazu evropských produktů na mezinárodních trzích,
- udržitelnost projektu z hlediska hospodářských, sociálních a environmentálních aspektů. Případně lze popsat přidanou hodnotu EU z hlediska zaměstnanosti.

Žadatel nebo žadatelé by měli analyzovat unijní rozměr konkrétního návrhu, a ne jen zkopírovat text z právního základu nebo z textů výzvy. Neočekává se, že by se návrhy týkaly všech aspektů a specifických rysů způsobů zemědělské produkce

a charakteristik evropských zemědělských a potravinářských produktů. Mohou se zaměřit na jeden nebo na několik těchto rysů.

Unijní rozměr akce je třeba promítnout do hlavního sdělení kampaně: **sdělení související s EU**.

Žadatelé musí navrhnout hlavní sdělení související s EU. Kromě toho mohou navrhnout jedno nebo několik vedlejších sdělení.

Sdělení související s EU musí odkazovat na Evropu obecně, na EU, společnou zemědělskou politiku, právní předpisy EU, produkty EU nebo normy produkce EU. Žadatelé musí jasně popsat, jak bude v rámci návrhu probíhat šíření informací o specifichosti jednoho nebo několika způsobů zemědělské produkce a produktů EU a jejich propagace, jako je bezpečnost potravin, výsledovatelnost, jedinečnost, označení, výživová a zdravotní hodnota, dobré životní podmínky zvířat, šetrnost k životnímu prostředí a udržitelnost, a vlastnosti zemědělských a potravinářských produktů EU, zejména pokud jde o kvalitu, chuť, rozmanitost nebo tradice.

Sdělení související s EU musí být přizpůsobeno zvolenému tématu. Příklad: návrhy předložené v rámci tématu týkajícího se udržitelnosti vyzdvihnou udržitelnost zemědělství Unie a zdůrazní jeho přínos pro opatření v oblasti klimatu a životního prostředí.

Oddíl 2: Kvalita

2.1 Koncepce a strategie akce

Na základě výzev identifikovaných v analýze trhu (uvedených v oddíle 1.2 části B) popište, jak máte v úmyslu dosáhnout cílů akce, a to definováním **strategie projektu**.

Odpovězte na následující otázky, abyste odůvodnili volbu vaší strategie ve vztahu k plánovaným cílům:

- Uveďte a popište cílovou skupinu nebo cílové skupiny akce, a to kvantitativně i kvalitativně. Jak bude strategie přizpůsobena každé z nich a jak budou osloveny různými činnostmi a kanály v rámci akce? Rozlišujte činnosti pro podniky a činnosti pro spotřebitele.
- Popište a odůvodněte plánovanou skladbu komunikace. Jaký mají zvolené činnosti vztah k cílům a cílovým skupinám? Jsou tyto činnosti nejvhodnější pro dosažení cílů projektu a pro cílové skupiny? Umocňují se navzájem?
- Pokud je akce zaměřena na více než jednu zemi, jak bude tato strategie přizpůsobena různým cílovým trhům?
- V případě akcí zaměřených na ekonomickou návratnost: odkud pochází růst – z celkového zvýšení spotřeby nebo nahrazení jinými, podobnými produkty?
- V případě, že akce bude podporovat určitý režim nebo o něm bude informovat, bude tento režim ilustrován produktem? Jak?
- Zdůrazněte kreativní aspekty. Jaká klíčová sdělení budou použita? Jsou klíčová sdělení přizpůsobena cílovým skupinám a/nebo cílovým trhům? Popište plánovaný obsah, formát a zdroj sdělení.

Návrhy zaměřené na vnitřní trh – pokyny ke stravování⁸

V případě návrhů zaměřených na vnitřní trh musí být sdělení uvedena do souladu s pokyny ke stravování v členských státech, na něž je kampaň zacílena. Pokud kampaň zahrnuje jeden nebo více produktů, pro něž jsou ve vnitrostátních pokynech uvedena kvalitativní a kvantitativní doporučení ohledně úrovně dietárního příjmu, sdělení kampaně musí tato doporučení zohlednit.

Všechny použité vizuální informace a propagační materiály musí mimoto obsahovat odkaz na vnitrostátní pokyny ke stravování cílových členských států⁹ pro propagovaný produkt (propagované produkty).

Pokyny pro vyváženou a zdravou stravu viz [název internetových stránek s vnitrostátními pokyny ke stravování týkajícími se potravin a nápojů a kód QR, je-li k dispozici].

Kromě toho musí být činnosti, které se zaměřují na cílovou skupinu osob mladších 18 let, v souladu s vnitrostátními předpisy a zásadami pro propagaci a reklamu v oblasti potravin zaměřenou na děti.

Návrhy zacílené na vnitřní trh a předávající sdělení o správných stravovacích návycích nebo odpovědné konzumaci alkoholu

Tyto návrhy musí prokázat soulad s příslušnými vnitrostátními předpisy nebo pokyny v oblasti veřejného zdraví v členském státě, v němž bude program prováděn, a poskytnout odkazy na ně nebo jejich dokumentaci (viz také oddíl 2.4 této příručky).

Dále musí kampaně zaměřené na odpovědnou konzumaci alkoholu na vnitřním trhu zahrnovat odkazy na vnitrostátní internetové stránky nebo jiná média poskytovaná vnitrostátním zdravotnickým orgánem, jež informují o odpovědné konzumaci alkoholu nebo o rizicích souvisejících s neodpovědnou konzumací alkoholu.

Návrhy propagující režimy jakosti EU (CHOP, CHZO, ZTS a ekologické produkty)

Zejména u projektů na vnitřním trhu je třeba zajistit, aby informační a propagační opatření týkající se režimů jakosti EU se na tyto režimy zaměřila ve svém hlavním sdělení souvisejícím s EU. Jednotlivé produkty se používají pouze pro ilustraci příslušného režimu a mají funkci vedlejšího sdělení (které neoslabuje hlavní sdělení související s EU).

Návrhy propagující vnitrostátní režimy jakosti na vnitřním trhu

Dbejte na to, aby se informační a propagační opatření týkající se vnitrostátního režimu jakosti zaměřovala na tento režim, a nikoli na jednotlivé produkty (tj. aby se jednotlivé

⁸ Více informací naleznete na adrese <https://ec.europa.eu/jrc/en/health-knowledge-gateway/promotion-prevention/nutrition/food-based-dietary-guidelines>.

⁹ https://knowledge4policy.ec.europa.eu/health-promotion-knowledge-gateway/food-based-dietary-guidelines-europe-source-documents-food_en.

produkty používaly pouze pro ilustraci daného režimu a měly funkci vedlejšího sdělení, které neoslazuje hlavní sdělení související s EU).

Návrhy uvádějící původ a obchodní značky

V případě, že sdělení kampaně uvádějí původ produktů, musí návrhy obsahovat vysvětlení, jak je otázka původu řešena (viz pravidla pro uvádění původu definovaná v člancích 2–4 nařízení 2015/1831, jakož i v článku 18 grantové dohody a její příloze 5).

V případě, že se v průběhu akce plánuje prezentace obchodních značek, by žadatelé měli uvést podmínky, za kterých mohou být obchodní značky propagovány, a to v souladu s výčtem těchto podmínek v nařízení č. 2015/1831 (v člancích 6, 7 a 8), jakož i v článku 18 grantové dohody a její příloze 5. Žadatelé musí upřesnit, kolik obchodních značek bude uvedeno.

- V souladu s čl. 5 odst. 4 nařízení 2015/1831: odůvodněte, proč je uvedení obchodních značek nezbytné k dosažení cílů a jak dosáhnete toho, aby nezastínilo hlavní sdělení související s EU.
- V případě, že bude prezentováno méně než pět obchodních značek, uveďte odůvodnění, které splní tyto požadavky:
 - a) v členských státech původu navrhujících organizací existuje méně obchodních značek pro produkt nebo režim, které jsou předmětem akce;
 - b) z řádně opodstatněných důvodů nebylo možno sdružit více partnerů, což by umožnilo prezentaci více obchodních značek. V tomto případě jsou žadatelé povinni předložit přiměřené odůvodnění a příslušné informace, včetně seznamu dalších organizací, které byly kontaktovány a kterým žadatelé předložili návrh na vytvoření širší akce zahrnující více produktů nebo více zemí, a uvést důvody, proč nebyla taková akce přijata/navržena.

2.2 Zřízení konsorcia

Neuplatňuje se. Na tento oddíl se vztahuje část A formuláře žádosti. Z vaší strany není potřeba nic učinit.

2.3 Projektové týmy, zaměstnanci a subdodavatelé

Žadatelé musí v tomto oddíle prokázat odpovídající odbornou kvalifikaci nezbytnou pro dokončení akce.

Do tabulky vyplňte jména a funkce členů projektového týmu (zaměstnanci spadající do rozpočtové kategorie A), kteří budou primárně odpovědní za koordinaci a/nebo provádění navrhované akce, vysvětlete jejich funkce a stručně popište jejich roli v projektu.

Jako důkaz musí být poskytnuty tyto informace formou příloh:

- životopisy ve formátu Europass (viz oddíl 5 výzvy k podávání návrhů) se podávají v rámci přílohy „Životopisy“. Musí být jmenován projektový manažer, který má nejméně tříletou praxi v oblasti řízení projektů.

V tomto oddíle je třeba popsat externí zdroje. V případě, že žadatelé nemají požadované interní zdroje, mohou využít dočasně vyslané pracovníky, subdodavatele, propojené subjekty atd.

Zde prosím uveďte všechny externí zdroje a popište interní postup výběru subdodavatelů, který zajistí volbu **ekonomicky nejvýhodnější nabídky** a zároveň zabrání situacím, v nichž může nastat **střet zájmů**. Poskytněte stejné informace o nezávislých subjektech odpovědných za hodnocení.

V případě, že se předpokládá finanční podpora pro třetí strany, v tomto oddíle stručně vysvětlíte roli propojených subjektů a rozvedte ji podrobněji v oddíle 6 části B. V případě, že částka podpory pro třetí stranu bude vyšší než maximální částka stanovená ve výzvě k podávání návrhů, odůvodněte, proč je tomu tak.

2.4 Řídicí a rozhodovací mechanismy konsorcia

V případě více žadatelů popište strukturu řízení, jejich příslušnou odpovědnost a příslušné role v rámci konsorcia a rozhodovací mechanismy v rámci konsorcia.

Podrobně popište, jak budou přijímána rozhodnutí a jak bude zajištěna pravidelná a účinná komunikace v rámci konsorcia.

Příslušné informace budou předloženy také v případě návrhů podaných pouze jednou navrhující organizací.

2.5 Řízení projektu, kontrola a sledování kvality – strategie hodnocení

V první části tohoto oddílu popište interní řízení projektů. Popište, jakým způsobem zajistíte, že akce bude provedena včas a v rámci stanoveného rozpočtu a že budou splněny její cíle.

Definujte přesně rozdělení úkolů mezi subdodavateli (provádějícími/hodnotícími subjekty) a žadatelem. Definujte vnitřní koordinační strategii, pokud jde o metody/přístupy k řízení různých partnerů, jsou-li do programu zapojeni, a subdodavatelů z hlediska účinného provozního řízení programu.

Jaké existují mechanismy kontroly kvality? Jak budete dohlížet na práci subdodavatelů? Jak budete sledovat kvalitu výstupů a dodržování jejich harmonogramů?

Např. jak v případě nedostatečné výkonnosti subdodavatele zajistíte, aby akce byla realizována tak, jak bylo stanoveno?

Jako důkaz o provozní způsobilosti navrhující organizace nebo navrhujících organizací se k návrhu připojí formou přílohy tyto dokumenty (oddíl 7 výzvy k podávání návrhů):

- zpráva o činnosti navrhující organizace nebo navrhujících organizací z minulého roku, která se předloží v rámci přílohy „Doplňující informace“,
- seznam všech realizovaných projektů financovaných EU za poslední tři roky, přičemž předchozí projekty, na něž návrh navazuje, je třeba uvést v tomto oddíle, nebo v příloze „Doplňující informace“.

POZNÁMKA (týkající se jednoduchých programů): Pokud žadatelé navrhují provést určité části návrhu sami, je třeba předložit důkazy, že organizace jako taková má

nejméně tříleté zkušenosti s prováděním podobných informačních a propagačních opatření.

Ve druhé části oddílu v rámci záhlaví „Způsoby hodnocení a ukazatele projektu“ podrobně popište metodiku pro hodnocení dosažení všech cílů akce. Studii hodnotící výsledek projektu provede externí subjekt nezávislý na navrhující organizaci nebo navrhujících organizacích a na provádějším subjektu.

Upřesněte, kdy budou provedena hodnocení (na konci akce (povinné) nebo na konci každého roku akce).

Příloha III této příručky obsahuje příklady metodik, které lze použít k hodnocení **ekonomické návratnosti**, jakož i dopadu na globální povědomí, tedy **informační návratnosti**. K jejich hodnocení lze použít i jiné metodiky. Cílem navrhovaných metodik je však stanovit minimální kvalitu hodnocení a uvést do souladu hodnocení a stanovení cílů u různých akcí.

Definujte seznam **ukazatelů výstupů, výsledků a dopadu** vyplněním tabulek: použijte ukazatele uvedené v článku 22 a v příloze I prováděcího nařízení Komise (EU) 2015/1831.

Můžete použít podobné ukazatele, pokud jsou vhodnější a řádně odůvodněné.

- **Ukazatele výsledků** by měly být **propojeny s plánovanými soubory pracovních úkolů a výstupy**, jak je uvedeno v oddíle 4 části B.
- **Ukazatele dopadu** by měly být důsledně **propojeny s konkrétními cíli akce** (uvedenými v oddíle 1.2 části B).

Vzhledem k tomu, že očekávaný konečný dopad kampaní spočívá ve zvýšení konkurenceschopnosti a spotřeby zemědělsko-potravinářských produktů EU:

Každý návrh programu by měl obsahovat alespoň **ukazatel dopadu**, který dokládá změnu v prodeji nebo vývozu propagovaného produktu (propagovaných produktů) **vyjádřenou v eurech** nebo případně změnu v povědomí spotřebitelů nebo v uznávání režimů jakosti Unie.

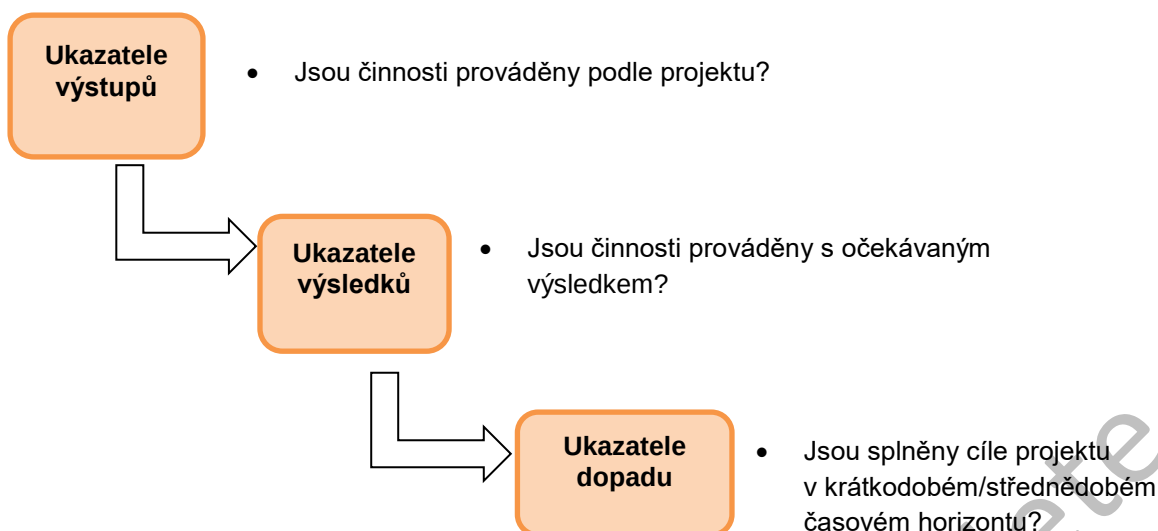
Aby se prokázala kvalita navrhovaných způsobů hodnocení a ukazatelů, je třeba uvést podrobnosti týkající se:

- výchozího stavu nebo v případě, že informace o něm nejsou k dispozici, jak bude výchozí stav zjištěn,
- cílových hodnot po plánované ukazatele.

Hodnocení výsledků akce by se nemělo zaměřovat pouze na řádné provedení akce. Akce, která byla realizována podle plánu, může mít přesto malý dopad.

Například skutečnost, že během ochutnávek na prodejních místech bylo návštěvníkům rozdáno 10 000 brožur, potvrzuje, že příslušná činnost byla provedena v souladu s návrhem. Není však důkazem o dosažení cílů akce, což by vyvolalo změny v povědomí nebo nárůstu prodeje. Počet rozdaných brožur představuje ukazatel výstupu.

Vztah mezi ukazateli výstupů, ukazateli výsledků a ukazateli dopadu lze znázornit takto:



2.6 Nákladová efektivnost a finanční řízení

Tato část by se měla týkat dvou aspektů.

Stručně popište, jak bude dosaženo navrhovaných výsledků a cílů akce nákladově nejefektivnějším způsobem.

Poté uveďte, jak bude akce financována a jakým způsobem budou přiděleny a spravovány finanční prostředky v rámci konsorcia.

Žadatelé jsou povinni uvést výsledky vlastní kontroly finanční životaschopnosti a vyjádřit se k nim¹⁰. Zejména pokud je výsledkem „slabá“ životaschopnost, vysvětlíte, jak bude zajištěna likvidita (vedle předběžného financování), např. z vlastních zdrojů nebo bankovním úvěrem. Uveďte rovněž, zda se předpokládají finanční příspěvky členů organizace.

V případě potřeby uveďte zdroje a částky finančních prostředků Unie, které byly obdrženy (nebo o které bylo požádáno) na stejnou akci nebo část akce, nebo pro vaši činnost (provozní grant) za poslední tři účetní období.

Pokud plánujete předložit několik žádostí v rámci současných výzev k podávání návrhů, které by mohly být prováděny souběžně, uveďte také informace o tom, jak bude možné zajistit provádění, pokud by byla schválena více než jedna žádost o financování, jakož i informace o potenciálních úsporách (např. stejný nástroj použitý pro různé kampaně).

Vysvětlíte zejména tyto skutečnosti ve vztahu k:

a) **provozní způsobilosti:** Jak zajistíte dostatečnou provozní způsobilost a zaměstnance, abyste dosáhli cílů navrhované akce? (K tomuto aspektu se můžete vyjádřit v oddíle 2.3 vašeho návrhu.)

b) **finanční způsobilosti:** Jak zajistíte řádné finanční řízení a dostatečnou likviditu, aby byly splněny platební závazky vůči subdodavatelům pro souběžně probíhající projekty?

¹⁰ Všichni žadatelé musí provést vlastní kontrolu finanční životaschopnosti zde: <https://ec.europa.eu/research/participants/lfv/lfvSimulation.do>.

2.7 Řízení rizik

Popište řízení rizik, jež má být zavedeno: vysvětlete identifikovaná rizika, reakce na rizika a nástroje řízení rizik.

Jaká jsou rizika spojená s prováděním akce (např. ve vztahu ke konkrétním nejistotám nebo omezením na trhu cílové třetí země)? Klasifikujte rizika podle typu rizika pomocí tabulky uvedené ve vzoru, např. finanční, politická, související s trhem atd. Jak budou řešena, jaká opatření pro zmírnění rizik budou zavedena? Jaký je potenciální dopad rizik a jaká je jejich pravděpodobnost? Kategorizujte rizika podle jejich pravděpodobnosti a dopadu (vysoká, střední, nízká).

Oddíl 3: Dopad

3.1 Dopad a očekávaná návratnost

Definujte krátkodobý, střednědobý/dlouhodobý dopad projektu na úrovni EU. Popište potenciál akce, pokud jde o zvýšení povědomí, poptávky a/nebo podílu na trhu a v jakém ohledu a do jaké míry z něj budou mít prospěch jiné hospodářské subjekty EU.

Vzhledem k tomu, že očekávaná konečná návratnost kampaní spočívá ve zvýšení konkurenceschopnosti a spotřeby produktů EU, **musí být navrhovaná úroveň investic odůvodněna očekávanou návratností.**

Odůvodnění úrovně investic by mělo být založeno na ekonomické návratnosti a/nebo informační návratnosti:

- **Ekonomická návratnost** se obvykle odhaduje na úrovni navrhující organizace nebo na vnitrostátní úrovni. U akcí zaměřených na ekonomickou návratnost, například opatření zaměřených na zvýšení podílu produktů EU na trhu, by měl být odhad návratnosti stanoven v absolutním peněžním vyjádření, tj. v hodnotě v eurech.

Podobně jako při uplatnění přístupu hodnocení akce po jejím skončení by se při kvantifikaci cíle mělo přistoupit k vyloučení vnějších vlivů, aby byly identifikovány účinky, které lze přímo připsat akci. Tento odhad by se neměl omezit jen na pouhé porovnání čísel před kampaní a po jejím skončení. Měl by zohlednit například stávající trendy na trhu, které by se projevy i bez akce. Více informací o metodikách, které lze použít k výpočtu těchto hodnot, naleznete v příloze III této příručky.

- Akce zaměřené na **informační návratnost**, například ty, jejichž cílem je zejména zvýšit povědomí, by měly kvantifikovat příslušný očekávaný dopad z hlediska počtu osob, které získaly nové znalosti / změnily názor. Počet účinně oslovených osob je ukazatelem dopadu na povědomí. Více informací o metodických požadavcích naleznete v příloze III této příručky.

V návrzích by měl být popsán výchozí stav, aby mohl být stanoven odhad dopadu projektu ve srovnání se scénářem bez provedení projektu.

POZNÁMKA:

- Akce musí představit očekávanou návratnost investice vypočtenou na úrovni navrhující organizace (navrhujících organizací) a/nebo jejich členského státu (členských států) (nikoli na úrovni EU).

- V případě více než jedné cílové země by měla být očekávaná návratnost rozdělena podle cílových trhů/zemí.
- Návrhy by měly prokázat, že očekávaná návratnost je realistická.

3.2 Komunikace, šíření a viditelnost

Neuplatňuje se.

3.3 Udržitelnost a pokračování

Popište opatření přijatá v návaznosti na projekt po ukončení financování EU. Jak zachováte dopad projektu a jak budou využity výsledky kampaně v dlouhodobém horizontu a v konečném důsledku i mimo rámec financování EU.

V tomto oddíle žadatelé prokáží potenciál projektu zajistit trvalý hospodářský a sociální dopad, jakož i potenciál **příspěvek k udržitelné produkci a/nebo spotřebě**. Poznámka: Tyto aspekty není třeba vyčíslit.

Oddíl 4: Činnosti, soubory pracovních úkolů, harmonogramy a subdodavatelské smlouvy

Oddíl 4 části B je určen k popisu projektových činností. Ve formuláři přihlášky tato část tvoří samostatný oddíl, měli byste však mít na paměti, že její posouzení probíhá převážně podle kritéria pro udělení grantu týkajícího se kvality.

Popis v tomto oddíle byl měl zahrnovat jak popis činností, tak podrobnou analýzu souvisejícího rozpočtu.

Plánované činnosti musí být seskupeny do souborů pracovních úkolů. Soubor pracovních úkolů sdružuje všechny činnosti a související výstupy, na něž se vztahuje jedna hlavní položka podrobného rozpočtu, např. koordinace projektu, vztahy s veřejností, události, hodnocení atd.

Žadatelé musí standardně uvést dva povinné soubory pracovních úkolů:

„Koordinace projektu“ a „Hodnocení“

Žadatelé musí popsat akce, které byly podniknuty za účelem řízení projektu, a zajistit, že je prováděn podle plánu, v rámci činnosti „Koordinace projektu“.

Pokud jde o složené projekty, v rámci tohoto souboru pracovních úkolů se předpokládá úvodní setkání s agenturou a příjemci, na kterém agentura vysvětlí vzorovou grantovou dohodu, finanční řízení grantu a požadavky na vykazování, jakož i použití nástrojů IT k řízení grantů.

Výstup je fyzický výsledek činnosti, např. seminář, akce na místě prodeje atd. Úroveň podrobností o činnostech a prezentace rozpočtu by měly podávat dostatečný obraz o následujících otázkách týkajících se konkrétní činnosti: kdo, co, kdy, kde, proč? Popis musí být dostatečně podrobný, aby bylo možné stanovit odhad nákladové efektivnosti.

Odhadované náklady by měly být uvedeny na úrovni výstupů za použití „nákladů na konkrétní typ výstupu“.

U každé činnosti je důležité vysvětlit, proč je tato činnost plánována (podle cílů), definovat cílovou skupinu nebo cílové skupiny a jejich velikost, dobu provádění, kdy bude činnost organizována, a předložit rozpis ročních nákladů.

Příklady:

- V případě seminářů: prezentace by měla obsahovat podrobnosti o místě konání, programu, účastnících, očekávaném výstupu atd.
- V případě kampaní v médiích: prezentace by měla obsahovat podrobnosti o celkovém rozpočtu investovaném do výroby a distribuce reklam (tj. nákup prostoru v médiích, včetně ročních slev), jakož i o harmonogramu kampaně. Není nutné uvádět podrobnosti o názvech publikací a televizních stanic. Do informací o rozsahu kampaně by však měly být zahrnuty informace, jako je pokrytí, dosah, frekvence, GRP (*Gross Rating Points*, ukazatele mediálního tlaku) u oslovených cílových skupin.
- V případě činností na internetových stránkách / sociálních médiích by měly být uvedeny podrobnosti o funkcích, které mají být vyvinuty, včetně předpokládaného konkrétního digitálního obsahu. Dále by měly být uvedeny informace o plánovaném růstu cílové skupiny a zapojení (údaje o počtu návštěvníků internetových stránek, počtu sledujících účtů na sociálních sítích, počtu nahraných obsahů atd.), jakož i informace o rozsahu činností, jehož má být dosaženo.

Žadatelé by měli rovněž uvést, kdo bude provádět jednotlivé činnosti – subdodavatelé (provádějící subjekty), propojené subjekty nebo navrhující organizace (v případě několika navrhujících organizací, která z nich bude provádět kterou činnost), přičemž musí zajistit přesné rozdělení práce mezi žadatelem a ostatními zúčastněnými subjekty.

Analýza rozpočtu musí být zpracována dostatečně podrobně: u každého výstupu musí být uvedeny **odhadované náklady**.

Vzor pro popis činností a odůvodnění rozpočtu by měl být použit pro všechny soubory pracovních úkolů, jejichž provedení je plánováno.

Upozorňujeme, že k vašemu návrhu musí být formou přílohy rovněž připojen **celkový rozpočet akce** podle souborů pracovních úkolů („**Podrobná rozpočtová tabulka**“) za použití vzoru poskytnutého v rámci systému.

Pro vyplňování částí v rámci záhlaví „Analýza odhadovaného rozpočtu“ a jejich promítnutí do podrobné rozpočtové tabulky mohou být užitečné některé typy:

- Náklady na položku „1. Koordinace projektu“ zahrnují čas, který zaměstnanci (a jiní pracovníci, kteří mají nárok podílet se na systému sociálního zabezpečení) strávili prací pro příjemce v oblasti koordinace, konkrétně spoluprací s řídicím orgánem, spoluprací mezi partnery a subdodavateli. Hlavní úkoly akce nelze realizovat prostřednictvím subdodávek ani delegovat jinému spolupříjemci (viz bod 1.2.3). Tento soubor pracovních úkolů by měl pokrývat pouze náklady navrhující organizace (navrhujících organizací), ne náklady subdodavatelů, jejich náklady jsou zahrnuty do nákladů na individuální

činnosti. Odhadovaný počet člověkodnů na činnosti prováděné žadateli a jejich sazby musí být jasně odůvodněné.

- Ostatní náklady na koordinaci projektu zahrnují převážně cestovní náklady. Ostatní přímé náklady na služby, jako je neodpočitatelná DPH, audit, bankovní záruka, odpisy apod., se uvedou do položky „Ostatní způsobilé náklady v místě prodeje“ v rámci přílohy Podrobná rozpočtová tabulka.
- Náklady na položku „2. Vztahy s veřejností“ by měly pokrývat veškeré činnosti související s průběžnou agendou vztahů s veřejností, akcemi pro tisk: práce s vlivnými uživateli, sestavování seznamů kontaktů na novináře/blogery, vypracování a zveřejňování tiskových zpráv¹¹, vydávání informačních přehledů, pořádání rozhovorů nebo akcí, vypracovávání reklamních článků a náklady na ně, sestavování a rozesílání zpravodajů, sběr a analýza výstřžků z tisku apod.
- Položka „3. Internetové stránky, sociální média“ by měla zahrnovat vytvoření, nový návrh, aktualizaci a údržbu internetové stránky/internetových stránek a účtů na sociálních sítích. Mohly by rovněž být zahrnuty činnosti v oblasti řízení komunity.
- Položka „4. Reklama“:
 - On-line reklama musí být uvedena v této dílčí položce, a nikoliv pod položkou „3. Internetové stránky, sociální média“.
 - Reklama v tisku nezahrnuje reklamní články, které by měly být uvedeny v rámci vztahů s veřejností (viz výše); zahrnuje však vložené inzertní stránky v časopisech nebo novinách.
 - Náklady spojené s televizním sponzorováním se zahrnou do položky „4. Reklama“.
- Reklama v místě prodeje se zahrne do položky „7. Propagace v místě prodeje“.
- Položka „7. Propagace v místě prodeje“: pro ochutnávky, množství a **náklady na vzorky produktu za den musí být odůvodněny**; jednotkové náklady musí odpovídat **nákladům na produkci** plus přepravě, a nikoli maloobchodním cenám těchto produktů.
- V rámci položky „8. Ostatní činnosti“ lze uvést veškeré další činnosti související s návrhem, které nejsou zmíněny v žádném z předchozích bodů.
- Položka „9. Hodnocení výsledků“: zahrnuje všechny náklady spojené s externím hodnocením.

Náklady na činnosti musí odpovídat popisům výstupů a být srovnatelné s obvyklými tržními sazbami v cílové zemi nebo cílových zemích.

Žadatelé musí ve všech podaných dokumentech pečlivě zkontrolovat, zda v podaném návrhu nejsou rozpočtové chyby.

¹¹ Zveřejňování tiskových zpráv by se mělo soustředit na sdělování připravovaných činností a očekávaných výsledků projektu. Žadatelé by neměli ve svém návrhu plánovat tiskové zprávy, jejichž jediným účelem je oznámení podpisu grantové dohody a příjem financování EU.

Uvedte **harmonogram projektu**: při přípravě tohoto harmonogramu berte na vědomí, že v provádění akcí může být prodleva až šest měsíců od podpisu grantové dohody.

2.4 Přílohy žádosti

K doplnění vaší žádosti je třeba nahrát tyto přílohy (příslušné vzory jsou k dispozici v rámci nástroje pro podávání návrhů na portálu pro financování a nabídková řízení, jakmile začnete vaši žádost připravovat):

Název přílohy	Vzor	Jazykové požadavky	Poznámky
Podrobná rozpočtová tabulka	Ano	Lze podat v kterémkoli úředním jazyce EU, překlad není nutný	<i>Příloha 1 části B</i>
Životopisy	Ne	Lze podat v kterémkoli úředním jazyce EU. Pokud možno v angličtině a ve formátu Europass	<i>Příloha 2 části B</i> Viz oddíl 2.3
Doplňující informace	Ne	Lze podat v kterémkoli úředním jazyce EU, překlad není nutný	<i>Příloha 3 části B</i> Podpůrné dokumenty týkající se těchto aspektů: - zpráva o činnosti a seznam všech projektů financovaných EU za poslední tři roky (viz oddíl 5 výzvy k podávání návrhů), - uznávání vnitrostátních režimů jakosti, vydávání osvědčení v oblasti udržitelnosti nebo informace týkající se správných stravovacích návyků a odpovědné konzumace alkoholu (viz podmínky uvedené v oddíle 6 výzvy k podávání návrhů).
Informace o reprezentativnosti A Informace o právním subjektu	Ano	Lze podat v kterémkoli úředním jazyce EU. Pokud možno opatřit anglickým překladem a pro informaci právnímu subjektu minimálně shrnutím v anglickém jazyce	<i>Příloha 4 části B</i> Viz požadavky uvedené ve výzvě k podávání návrhů a v příloze II této příručky. Společně s podpůrnými dokumenty uvedenými níže.
Identický text části B v angličtině	Ano	V angličtině	<i>Příloha 5 části B</i> Viz oddíl 1.2.2 této příručky

K posouzení způsobilosti žadatele je třeba spolu s Informacemi o reprezentativnosti předložit tyto podpůrné dokumenty:

- soukromý subjekt: výpis z úředního věstníku, kopie zakladatelské listiny / stanov, výpis z obchodního rejstříku nebo rejstříku sdružení, osvědčení o registraci plátce DPH (pokud je v některých zemích číslo v obchodním

rejstříku shodné s daňovým identifikačním číslem, požaduje se pouze jeden z těchto dokumentů),

- veřejný subjekt: kopie usnesení nebo rozhodnutí o zřízení veřejnoprávní společnosti nebo jiný úřední doklad potvrzující zřízení veřejnoprávního subjektu,
- subjekty bez právní subjektivity: doklady prokazující, že jejich zástupce či zástupci jsou způsobilí činit jejich jménem právní úkony.

V pozdější fázi budou od žadatelů, kteří úspěšně projdou první fází hodnocení, vyžádány tyto finanční dokumenty:

Název přílohy	Vzor	Jazykové požadavky	Poznámky
Roční účetní závěrka	Ne	Lze podat v kterémkoli úředním jazyce EU, překlad není nutný	Rozvaha a výkaz zisků a ztrát za poslední uzavřené účetní období
Podnikatelský plán (nově vytvořené subjekty)	Ne	Lze podat v kterémkoli úředním jazyce EU, překlad není nutný	V případě, že roční účetní závěrka není k dispozici
Zpráva o auditu nebo vlastní prohlášení ¹² , pro navrhující organizace požadující grant ve výši do 750 000 EUR	Ne	Lze podat v kterémkoli úředním jazyce EU, překlad není nutný	Viz níže uvedený odstavec

Zpráva o externím auditu nebo vlastní prohlášení

Účastník, který požaduje příspěvek EU ve výši nad 750 000 EUR (prahová hodnota na žadatele), bude požádán, aby předložil:

- zprávu o auditu vydanou schváleným externím auditorem, která potvrzuje účetní závěrku za poslední dostupné účetní období, pokud je taková zpráva k dispozici a podle práva EU nebo vnitrostátního práva je vyžadován povinný audit,

nebo

- vlastní prohlášení podepsané zplnomocněným zástupcem žadatele, které potvrzuje platnost jeho účetní závěrky za poslední účetní období. K vlastnímu prohlášení musí být přiloženy právní dokumenty potvrzující identitu zákonného zástupce a skutečnost, že má oprávnění k podpisu jménem účastníka.

Toto ustanovení se nevztahuje na veřejné subjekty.

¹² Vzor vlastního prohlášení:

https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/grants_manual/lev/h2020-lev-declaration-validity-accounts_en.pdf.

3. HODNOCENÍ A VÝSLEDKY

Všechny návrhy, které obdrží výkonná agentura prostřednictvím systému pro elektronické podávání návrhů, projdou víceúrovňovým procesem hodnocení s ohledem na několik kritérií oznámených ve výzvě (oddíly 6 až 9): kritéria pro způsobilost, vyloučení, výběr a udělení grantu.

Hodnocení návrhů se provádí při nejprísnějším zachování důvěrného charakteru.

Jakmile bude návrh podán, nebude agentura žadatele kontaktovat, dokud nebude návrh vyhodnocen, avšak s těmito výjimkami:

- agentura jako taková potřebuje kontaktovat žadatele, aby vyjasnila záležitosti, jako je způsobilost, nebo požádala o doplňující informace týkající se jakékoli jiné části návrhu, a to v mezích příslušných ustanovení finančního nařízení EU (mohou být požadována vysvětlení, aby bylo možné lépe porozumět prvkům podaných návrhů nebo dokumentů, objasnění nicméně nesmí vést k podstatným změnám návrhu),
- žadatel vznesl stížnost ohledně postupu podání (viz další pokyny k podávání návrhů prostřednictvím portálu pro financování a nabídková řízení).

Agentura bude v souvislosti s posouzením finanční způsobilosti kontaktovat žadatele, kteří úspěšně projdou prvními fázemi hodnocení. U složených programů budou žadatelé navíc kontaktováni také v souvislosti s ověřením právního subjektu.

3.1 Přehled procesu hodnocení

Všechna kritéria a všechny povinné podpůrné dokumenty jsou uvedeny v příslušné výzvě k podávání návrhů. Pečlivě si tato kritéria prostudujte.

Návrhy, které nesplňují některá z těchto kritérií, budou v příslušné fázi procesu hodnocení vyloučeny.

Pokud jde o kritéria pro udělení grantu, doplňující informace naleznete v příloze I této příručky.

Kvalita návrhů bude posuzována podle kritérií a dílčích kritérií stanovených v této příloze a u každého z hlavních kritérií pro udělení grantu je rovněž stanovena prahová hodnota.

Vyzýváme žadatele, aby věnovali maximální pozornost dílčím kritériím pro udělení grantu a ve svém návrhu je zohlednili.

3.2 Výsledky

Po vyhodnocení je stanoveno pořadí všech způsobilých návrhů podle celkového počtu bodů udělených při hodnocení kritérií pro udělení grantu. Ke spolufinancování jsou způsobilé pouze návrhy splňující všechny prahové hodnoty. Návrh nebo návrhy s nejlepším hodnocením budou spolufinancovány v závislosti na dostupnosti rozpočtu.

Pro každé prioritní téma uvedené v příslušné výzvě bude sestaven zvláštní seznam uspořádaný podle pořadí.

Kromě toho bude vypracován rezervní seznam návrhů pro případ, že by v průběhu roku bylo poskytnuto více rozpočtových prostředků.

V případě složených programů budou všichni žadatelé (úspěšní i neúspěšní) po ukončení hodnocení informováni o výsledcích prostřednictvím portálu pro financování a nabídková řízení.

V případě jednoduchých programů budou příslušné vnitrostátní orgány žadatele informovat o přijetí rozhodnutí Evropské komise, která návrhy vybere/zamítne.

Example, not to complete

PŘÍLOHY

Příloha I: Doplnující informace o kritériích pro udělení

Příloha II: Informace o reprezentativnosti/právním subjektu

Příloha III: Metodické návrhy pro výpočet návratnosti *ex post*

Example, not to complete

Dodatečné informace o kritériích pro přidělení finančních prostředků

Jak je uvedeno ve výzvě, část B žádosti slouží k vyhodnocení návrhu podle kritérií pro přidělení finančních prostředků.

Každý návrh bude vyhodnocen podle kritérií a dílčích kritérií stanovených v tabulce níže a u každého z hlavních kritérií pro přidělení finančních prostředků je rovněž stanovena prahová hodnota. Při posuzování kvality návrhů se zohlední tato dílčí kritéria:

KRITÉRIA	DÍLČÍ KRITÉRIA
1. RELEVANCE	Max. počet bodů: 25 Prahová hodnota: 15
a) Význam navrhovaných informačních a propagačních opatření pro obecné a konkrétní cíle uvedené v článku 2 nařízení (EU) č. 1144/2014, záměry uvedené v článku 3 uvedeného nařízení i priority, cíle a očekávané výsledky oznámené v rámci příslušné tematické priority	- Návrh je v souladu s konkrétními cíli a záměry stanovenými v právním základu a odpovídajícím způsobem řeší zvolenou tematickou prioritu a téma výzvy k podávání návrhů. - Příslušné aspekty jsou náležitě zohledněny ve strategii, činnostech a sdělení programu.
b) Přínos navrhovaného informačního a propagačního projektu s ohledem na cíle SZP, Zelené dohody a strategie „od zemědělce ke spotřebiteli“ v oblasti klimatu a životního prostředí, zejména pokud jde o udržitelnost výroby a spotřeby V případě návrhů zaměřených na vnitřní trh sladění s cíli Evropského plánu boje proti rakovině, což je zejména podpora přechodu na stravu obsahující více rostlin a méně červeného a zpracovaného masa ¹ a dalších potravin spojených s riziky rakoviny (jako jsou alkoholické nápoje)	- Projekt účinně přispívá k ambicím společné zemědělské politiky v oblasti klimatu a životního prostředí, zejména pokud jde o udržitelnost výroby a spotřeby (Zelená dohoda a strategie „od zemědělce ke spotřebiteli“) - Projekty prováděné na vnitřním trhu jsou v souladu s cíli Evropského plánu boje proti rakovině, což je zejména podpora přechodu na stravu obsahující více rostlin a méně červeného a zpracovaného masa a dalších potravin spojených s riziky rakoviny (jako jsou alkoholické nápoje). - Projekty prováděné na vnitřním trhu jsou v souladu s pokyny cílového členského státu v oblasti stravování.
c) Kvalita a význam analýzy trhu	- Analýza trhu zahrnuje cílové trhy návrhu a je založena na spolehlivých údajích z výzkumu trhu a/nebo údajích o dovozu/vývozu, jež jsou uvedeny v návrhu. - Analýza trhu poukazuje na trendy a problémy, které bude program řešit. Jsou prezentovány formou ucelené analýzy SWOT. - Analýza trhu popisuje konkurenceschopnost navrhujících organizací a produktů uváděných na trh, jiných dodavatelů z EU i jejich konkurentů ze třetích zemí.

¹ Podle strategie „Od zemědělce ke spotřebiteli“ červené maso zahrnuje hovězí, vepřové, jehněčí a kozi maso a veškeré zpracované maso.

	- Analýza trhu určuje a náležitě popisuje cílové skupiny programu. - Analýza trhu popisuje strukturu a fungování distribučních a maloobchodních kanálů. - U trhů třetích zemí je uveden odkaz na dovozní podmínky, jako jsou celní a necelní překážky.
d) Soudržnost strategie, cílů, cílových skupin a hlavních sdělení programu	- Cíle programu jsou v souladu s analýzou trhu a analýzou SWOT. - Cíle programu jsou konkrétní, měřitelné, dosažitelné, realistické a časově vymezené (SMART). - Strategie řeší problémy zjištěné v rámci analýzy trhu a je v souladu s cíli programu. - V případě pokračování předchozích spolufinancovaných kampaní je jednoznačně popsán jejich dopad a důvod pokračování. - Strategie a hlavní sdělení jsou přizpůsobeny všem cílovým trhům a cílovým skupinám.
e) Sdělení kampaně týkající se EU	Návrh jasně popisuje plánované hlavní sdělení EU a způsob, jak bude probíhat šíření informací o jednom nebo několika konkrétních rysech metod zemědělské produkce a zemědělských produktů EU a jejich propagace. Programová sdělení odkazují na Evropu obecně, na EU, SZP, právní předpisy EU, produkty EU nebo normy produkce EU. Jsou sladěna s cíli vybraného tématu.
2. KVALITA	Max. počet bodů: 50 Prahová hodnota: 30
a) Vhodný výběr činností zohledňující cíle a strategii programu, odpovídající vyváženou komunikaci, synergii mezi činnostmi	- Činnosti a vyvážená komunikace náležitě zohledňují cíle, strategii a cílové skupiny programu. - Plánované činnosti se vzájemně doplňují. - Pokud vedle projektu budou probíhat jiné soukromé nebo veřejné kampaně, je návrh koncipován tak, aby s nimi docházelo k synergiím.
b) Stručný popis činností a výstupů	Popis činností je proveden tak, že odpovídá na otázky: kdo, co, kdy, kde, proč? Popis je dostatečně podrobný k tomu, aby bylo možné stanovit nákladovou efektivnost.
c) Kvalita navržených způsobů hodnocení a ukazatelů	- Hodnocení zahrnuje studii vyhodnocující dopad programu vypracovanou nezávislým vnějším subjektem. - Metodika je v souladu s metodikou stanovenou v příloze III. - Navrhované ukazatele jsou v souladu se zásadami uvedenými v článku 22 prováděcího nařízení Komise (EU) č. 2015/1831. - Pro plánované ukazatele jsou navrženy výchozí a cílové hodnoty.

d) Vhodné přidělení rozpočtu s ohledem na cíle a rozsah činností	Rozpočet je efektivně rozdělen na jednotlivé činnosti. Rozpočet odpovídá popsané strategii a očekávanému dopadu.
e) Jasný popis odhadovaných nákladů a správnost rozpočtu	- U každého výstupu jsou popsány náklady vyjádřené pomocí jednotkových nákladů. - V analýze nákladů v části B ani v podrobné tabulce rozpočtu nejsou žádné chyby. Podrobná tabulka rozpočtu odpovídá rozpočtu uvedenému v části A návrhu a popisu v oddíle 4 části B.
f) Soudržnost mezi odhadovanou výší nákladů a výstupy	- Výše nákladů na činnosti odpovídá popisu a rozsahu výstupů. - Náklady jednotlivých činností jsou srovnatelné s obvyklými tržními sazbami v cílové zemi. - Odhadovaný počet člověkodnů na činnosti prováděné žadatelem (žadatelem) odpovídá míře jeho (jejich) podílu na realizaci programu: sazby jsou odůvodněné.
g) Organizace projektu a řídicí struktura	- Řídicí struktura a role osob, které se podílejí na realizaci programu, jsou jasně popsány. - Rozdělení úkolů mezi provádějící/hodnotící subjekty a žadatele je jasně definováno. - Je definována efektivní strategie vnitřní koordinace týkající se řízení jednotlivých partnerů a provádějících subjektů. - Jsou popsány vhodné postupy pro výběr provádějících a hodnotících subjektů (při dodržení zásady ekonomicky nejvýhodnější nabídky a neexistence střetu zájmů).
h) Mechanismy kontroly kvality a řízení rizik	- Jsou definovány vhodné postupy pro dohled nad činnostmi provádějících subjektů a dalších subdodavatelů. Bude sledována nejen kvalita výstupů, ale i dodržování lhůt a rozpočtu. - Jsou identifikována a náležitě klasifikována příslušná hlavní rizika, která by mohla narušit výstup projektu, a také představena zmírňující opatření, která by měla být zavedena.
3. DOPAD	Max. počet bodů: 25 Prahová hodnota: 15
a) Dopad projektu na úrovni Unie	- Program je významný svým rozsahem a má potenciál zvýšit poptávku a/nebo podíl na trhu. - Program má významné pokrytí (např. počet a/nebo relativní podíl oslovených spotřebitelů/dovozců/kupujících atd.). - Dopad programu je kvantifikován na úrovni navrhující organizace (navrhujících organizací) a/nebo členského státu navrhující organizace (navrhujících organizací). - Program má potenciál být přínosný i pro jiné producenty v EU z téhož odvětví nebo jiných odvětví.

	• Projekt má potenciál zajistit udržitelný hospodářský a sociální dopad. Případně je popsána přidaná hodnota z hlediska zaměstnanosti. • Projekt má potenciál přispět k udržitelné produkci a/nebo spotřebě.
b) Odůvodnění celkové výše investic	• Navrhovaná výše investic je odůvodněna očekávanou návratností investic (u propagačních programů) a/nebo zvýšením informovanosti (u informačních programů).
CELKEM	Max. počet bodů: 100 Prahová hodnota: 60

Example, not to complete

Příloha II: Informace o reprezentativnosti

Podle článku 7 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1144/2014 a článku 1 nařízení Komise v přenesené pravomoci (EU) č. 2015/1829 musí být navrhující organizace reprezentativní pro svůj produkt nebo své odvětví. Tabulka níže nabízí přehled možností, jak lze tuto reprezentativnost doložit. Uváděné články lze dohledat v [nařízení \(EU\) č. 2015/1829](#) a [nařízení \(EU\) č. 1144/2014](#).

Druh organizace	Kritéria reprezentativnosti
Oborová nebo mezioborová organizace usazená na úrovni členského státu nebo EU	50 % z počtu producentů nebo 50 % z objemu či hodnoty tržní produkce produktů nebo dotčeného odvětví (čl. 1 odst. 1 písm. a) odrážka i) nařízení (EU) č. 2015/1829)
	Mezioborová organizace uznaná členským státem (čl. 1 odst. 1 písm. a) odrážka ii) nařízení (EU) č. 2015/1829)
	Skupiny v rámci režimů jakosti EU: 50 % z objemu nebo hodnoty tržní produkce produktů, jejichž název je chráněn (čl. 1 odst. 1 písm. b) nařízení (EU) č. 2015/1829)
Organizace producentů (příp. jejich sdružení)	uznané členským státem v souladu s články 154 nebo 156 nařízení 1308/2013 (čl. 1 odst. 1 písm. c) nařízení (EU) č. 2015/1829)
Subjekt zemědělsko-potravinářského odvětví	jehož cílem a činností je poskytování informací o zemědělských produktech a jejich propagace, jenž byl příslušným členským státem pověřen výkonem jasně definované veřejné služby v této oblasti, který byl zřízen alespoň dva roky před datem výzvy k předkládání návrhů, mezi jehož členy jsou zástupci propagovaného produktu či odvětví. (čl. 7 odst. 1 písm. d) nařízení (EU) č. 1144/2014 a čl. 1 odst. 1 písm. d) nařízení č. 2015/1829)

Popište, nakolik vaše organizace splňuje kritéria reprezentativnosti v dotčeném členském státě nebo na úrovni Unie. V této souvislosti uveďte:

- druh a status vaší organizace, např. konsorcium tvořené X a Y, uznání udělené členským státem, reprezentativnost odvětví atd.,
- údaje o tržní produkci, vývozu, obratu, prodeji, počtu producentů atd.

Nezapomeňte uvést odkaz na zdroj informací, na které se při svém odůvodnění odvoláváte. V odůvodnění uveďte všechna kritéria, která se týkají vašeho případu.

Pokud se odvoláváte na uznání členským státem, doložte své tvrzení příslušnými doklady, jako je kopie uznání nebo odkaz na veřejně dostupný seznam uznaných organizací.

Pokud vaše organizace není reprezentativní podle výše uvedených kritérií, zdůvodněte, proč se domníváte, že by měla být za reprezentativní považována. Mohou být akceptovány nižší prahové hodnoty než ty uvedené výše, pokud navrhující organizace prokáže, že existují zvláštní okolnosti, mimo jiné důkazy týkající se struktury trhu, které by odůvodnily, aby se s navrhující organizací zacházelo jako s reprezentativní pro příslušné produkty nebo odvětví (odchylka od pravidla 50 % uvedená v čl. 1 odst. 2 nařízení (EU) č. 2015/1829).

V případě, že váš návrh předkládá více než jedna organizace, vložte veškeré popisy do jednoho dokumentu. Informace by neměly přesáhnout 2 000 znaků na jednu navrhující organizaci.

Příloha III: Metodické návrhy pro dodatečný výpočet návratnosti

Tyto návrhy je třeba vzít v potaz při hodnocení výsledků propagačního programu. Měla by však existovat přímá vazba mezi hodnocením výsledků na konci programu a cíli vytyčenými na jeho počátku. Při přípravě návrhu programu vezměte na zřetel tato doporučení týkající se stanovení cílů programu. Návratnost lze vyjádřit za dobu trvání programu. Případně, je-li to nutné, lze návratnost rovněž uvést za dobu přesahující trvání programu.

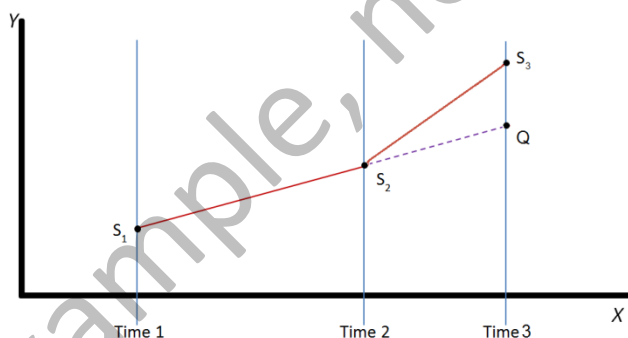
Ekonomický dopad

Cílem propagačních programů je ekonomická návratnost. Jelikož se ale propagační úsilí odehrává ve složitém prostředí, není jednoduché určit jeho opravdový ekonomický dopad. Prosté srovnání ekonomických ukazatelů před a po kampani nezohlední vliv vnějších proměnných faktorů. Aby se opravdový účinek propagační kampaně oddělil od jiných proměnných faktorů (např. vývoje či krizí na trhu), které na něj mají svůj vliv, měl by se při výpočtu návratnosti použít základní scénář. „Základní scénář“ je odhadem toho, co by se stalo, kdyby nedošlo k realizaci propagačního programu. Dopad se naopak odhaduje porovnáním základního scénáře s pozorovanými údaji. Výstup takového hodnocení by měl být vyjádřen v eurech.

Existuje několik způsobů, jak takový základní scénář vytvořit. Zde popíšeme dva přímočaré a intuitivní způsoby. Ke stejnému účelu by mohly posloužit i jiné způsoby, konkrétní metodika zvolená k vytvoření základního scénáře by však měla být odůvodněná.

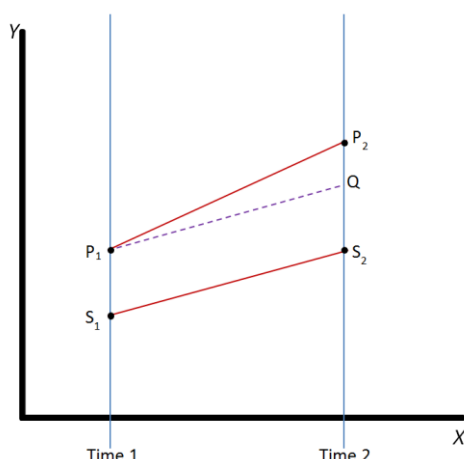
1) Historický vývoj

V případě produktu, který má za sebou stabilní, relativně dlouhodobý tržní vývoj, by bylo možné promítnout tento vývoj do budoucnosti a použít jej jako základní scénář. Základní scénář „Q“ lze vytvořit projekcí tržního vývoje mezi časem 1 (S_1) a časem 2 (S_2) do času 3 (Q). V následujícím kroku lze pozorovanou situaci v čase 3 (S_3) opravit o vývoj odečtením Q od S_3 a dojít tak k účinku programu. Jak již bylo řečeno, předpokladem pro tento způsob výpočtu je stabilní tržní vývoj, nehodí se tudíž pro vysoce volatilní trhy.



2) Rozdíl mezi rozdíly

V mnoha případech na stabilní tržní vývoj nenarazíme. Jiný postup používá k vytvoření základního scénáře srovnatelný produkt. Obrázek níže znázorňuje základní scénář použitý v rámci této metodiky. Srovnatelný produkt (jeho srovnatelnost by měla být odůvodněna) vykazuje specifický tržní vývoj (od S_1 k S_2). Základní scénář lze vytvořit promítnutím tohoto tržního vývoje do situace před propagací propagovaného produktu (P_1). Při srovnání pozorované situace po propagaci (P_2) se základním scénářem lze odvodit účinek propagační kampaně, přičemž se současně zohlední tržní vývoj.



Všimněte si, že se oba výše uvedené způsoby výpočtu doplňují. Jestliže produkt vykázal podobný vývoj v minulosti jako propagovaný či zkoumaný produkt, je možné tvrdit, že je srovnatelný a vhodný k vytvoření základního scénáře pomocí způsobu výpočtu používajícího rozdílu mezi rozdíly.

Návratnost programu se rovná navýšení prodeje (v eurech) během fungování programu. Dlouhodobé účinky nelze brát v úvahu, jelikož okamžikem hodnocení je ukončení programu.

Doporučuje se zohlednit rovněž návratnost investic programu. Ta se vypočítá jako poměr mezi navýšením prodeje či vývozu propagovaného produktu během doby trvání programu (návratnost) a investicemi (které se rovnají celkovým nákladům na program).

Dopad na povědomí

Konečným cílem informačních programů je zvýšit povědomí. Ke zjištění počtu osob, které získaly povědomí o produktu, lze provést průzkum s touto strukturou:

Vzhledem k tomu, že informační kampaň se většinou týká řady témat a sdělení, nelze přijetí informace měřit na základě jedné otázky. Naopak je nutno použít otázek několik. Osobu lze považovat za informovanou o sdělení či tématu, pokud zná odpověď na předem definovanou část těchto otázek. Následující tabulka dává příklad testu s dvoutřetinovým prahem informovanosti:

OSOBA X	Požadovaná odpověď	Skutečná odpověď	OSOBA Y	Požadovaná odpověď	Skutečná odpověď
Otázka č. 1	Ano	Ano	Otázka č. 1	Ano	Ano
Otázka č. 2	Ano	Ano	Otázka č. 2	Ano	Ne
Otázka č. 3	Ne	Ano	Otázka č. 3	Ne	Ne
Výsledek	2/3 = obstála		Výsledek	1/3 = neobstála	

Osoba X v testu obstála, osoba Y ne. Absolutní nárůst počtu osob, které v testu obstály, ve srovnání situací před a po kampani odpovídá dopadu na povědomí. Otázky by měly být formulovány tak, aby jejich bodové hodnocení bylo jednoznačné. Měly by rovněž odpovídat tématům a sdělením programu. Vzorek by měl být reprezentativní pro cílovou skupinu (cílové skupiny). Ze srovnání průzkumů provedených před a po kampani by měl vzejít absolutní počet osob, které nové získaly poznatky.

Lze použít i jiné způsoby výpočtu, měly by však být řádně zdůvodněné a dosahovat stejného cíle.

Dodatečné informace o kritériích pro přidělení finančních prostředků

Jak je uvedeno ve výzvě, část B žádosti slouží k vyhodnocení návrhu podle kritérií pro přidělení finančních prostředků.

Každý návrh bude vyhodnocen podle kritérií a dílčích kritérií stanovených v tabulce níže a u každého z hlavních kritérií pro přidělení finančních prostředků je rovněž stanovena prahová hodnota. Při posuzování kvality návrhů se zohlední tato dílčí kritéria:

KRITÉRIA	DÍLČÍ KRITÉRIA
1. RELEVANCE	Max. počet bodů: 25 Prahová hodnota: 15
a) Význam navrhovaných informačních a propagačních opatření pro obecné a konkrétní cíle uvedené v článku 2 nařízení (EU) č. 1144/2014, záměry uvedené v článku 3 uvedeného nařízení i priority, cíle a očekávané výsledky oznámené v rámci příslušné tematické priority	- Návrh je v souladu s konkrétními cíli a záměry stanovenými v právním základu a odpovídajícím způsobem řeší zvolenou tematickou prioritu a téma výzvy k podávání návrhů. - Příslušné aspekty jsou náležitě zohledněny ve strategii, činnostech a sdělení programu.
b) Přínos navrhovaného informačního a propagačního projektu s ohledem na cíle SZP, Zelené dohody a strategie „od zemědělce ke spotřebiteli“ v oblasti klimatu a životního prostředí, zejména pokud jde o udržitelnost výroby a spotřeby V případě návrhů zaměřených na vnitřní trh sladění s cíli Evropského plánu boje proti rakovině, což je zejména podpora přechodu na stravu obsahující více rostlin a méně červeného a zpracovaného masa ¹ a dalších potravin spojených s riziky rakoviny (jako jsou alkoholické nápoje)	- Projekt účinně přispívá k ambicím společné zemědělské politiky v oblasti klimatu a životního prostředí, zejména pokud jde o udržitelnost výroby a spotřeby (Zelená dohoda a strategie „od zemědělce ke spotřebiteli“) - Projekty prováděné na vnitřním trhu jsou v souladu s cíli Evropského plánu boje proti rakovině, což je zejména podpora přechodu na stravu obsahující více rostlin a méně červeného a zpracovaného masa a dalších potravin spojených s riziky rakoviny (jako jsou alkoholické nápoje). - Projekty prováděné na vnitřním trhu jsou v souladu s pokyny cílového členského státu v oblasti stravování.
c) Kvalita a význam analýzy trhu	- Analýza trhu zahrnuje cílové trhy návrhu a je založena na spolehlivých údajích z výzkumu trhu a/nebo údajích o dovozu/vývozu, jež jsou uvedeny v návrhu. - Analýza trhu poukazuje na trendy a problémy, které bude program řešit. Jsou prezentovány formou ucelené analýzy SWOT. - Analýza trhu popisuje konkurenceschopnost navrhujících organizací a produktů uváděných na trh, jiných dodavatelů z EU i jejich konkurentů ze třetích zemí.

¹ Podle strategie „Od zemědělce ke spotřebiteli“ červené maso zahrnuje hovězí, vepřové, jehněčí a kozi maso a veškeré zpracované maso.

	- Analýza trhu určuje a náležitě popisuje cílové skupiny programu. - Analýza trhu popisuje strukturu a fungování distribučních a maloobchodních kanálů. - U trhů třetích zemí je uveden odkaz na dovozní podmínky, jako jsou celní a necelní překážky.
d) Soudržnost strategie, cílů, cílových skupin a hlavních sdělení programu	- Cíle programu jsou v souladu s analýzou trhu a analýzou SWOT. - Cíle programu jsou konkrétní, měřitelné, dosažitelné, realistické a časově vymezené (SMART). - Strategie řeší problémy zjištěné v rámci analýzy trhu a je v souladu s cíli programu. - V případě pokračování předchozích spolufinancovaných kampaní je jednoznačně popsán jejich dopad a důvod pokračování. - Strategie a hlavní sdělení jsou přizpůsobeny všem cílovým trhům a cílovým skupinám.
e) Sdělení kampaně týkající se EU	Návrh jasně popisuje plánované hlavní sdělení EU a způsob, jak bude probíhat šíření informací o jednom nebo několika konkrétních rysech metod zemědělské produkce a zemědělských produktů EU a jejich propagace. Programová sdělení odkazují na Evropu obecně, na EU, SZP, právní předpisy EU, produkty EU nebo normy produkce EU. Jsou sladěna s cíli vybraného tématu.
2. KVALITA	Max. počet bodů: 50 Prahová hodnota: 30
a) Vhodný výběr činností zohledňující cíle a strategii programu, odpovídající vyváženou komunikaci, synergii mezi činnostmi	- Činnosti a vyvážená komunikace náležitě zohledňují cíle, strategii a cílové skupiny programu. - Plánované činnosti se vzájemně doplňují. - Pokud vedle projektu budou probíhat jiné soukromé nebo veřejné kampaně, je návrh koncipován tak, aby s nimi docházelo k synergiím.
b) Stručný popis činností a výstupů	Popis činností je proveden tak, že odpovídá na otázky: kdo, co, kdy, kde, proč? Popis je dostatečně podrobný k tomu, aby bylo možné stanovit nákladovou efektivnost.
c) Kvalita navržených způsobů hodnocení a ukazatelů	- Hodnocení zahrnuje studii vyhodnocující dopad programu vypracovanou nezávislým vnějším subjektem. - Metodika je v souladu s metodikou stanovenou v příloze III. - Navrhované ukazatele jsou v souladu se zásadami uvedenými v článku 22 prováděcího nařízení Komise (EU) č. 2015/1831. - Pro plánované ukazatele jsou navrženy výchozí a cílové hodnoty.

d) Vhodné přidělení rozpočtu s ohledem na cíle a rozsah činností	Rozpočet je efektivně rozdělen na jednotlivé činnosti. Rozpočet odpovídá popsané strategii a očekávanému dopadu.
e) Jasný popis odhadovaných nákladů a správnost rozpočtu	- U každého výstupu jsou popsány náklady vyjádřené pomocí jednotkových nákladů. - V analýze nákladů v části B ani v podrobné tabulce rozpočtu nejsou žádné chyby. Podrobná tabulka rozpočtu odpovídá rozpočtu uvedenému v části A návrhu a popisu v oddíle 4 části B.
f) Soudržnost mezi odhadovanou výší nákladů a výstupy	- Výše nákladů na činnosti odpovídá popisu a rozsahu výstupů. - Náklady jednotlivých činností jsou srovnatelné s obvyklými tržními sazbami v cílové zemi. - Odhadovaný počet člověkodnů na činnosti prováděné žadatelem (žadatelem) odpovídá míře jeho (jejich) podílu na realizaci programu: sazby jsou odůvodněné.
g) Organizace projektu a řídicí struktura	- Řídicí struktura a role osob, které se podílejí na realizaci programu, jsou jasně popsány. - Rozdělení úkolů mezi provádějící/hodnotící subjekty a žadatele je jasně definováno. - Je definována efektivní strategie vnitřní koordinace týkající se řízení jednotlivých partnerů a provádějících subjektů. - Jsou popsány vhodné postupy pro výběr provádějících a hodnotících subjektů (při dodržení zásady ekonomicky nejvýhodnější nabídky a neexistence střetu zájmů).
h) Mechanismy kontroly kvality a řízení rizik	- Jsou definovány vhodné postupy pro dohled nad činnostmi provádějících subjektů a dalších subdodavatelů. Bude sledována nejen kvalita výstupů, ale i dodržování lhůt a rozpočtu. - Jsou identifikována a náležitě klasifikována příslušná hlavní rizika, která by mohla narušit výstup projektu, a také představena zmírňující opatření, která by měla být zavedena.
3. DOPAD	Max. počet bodů: 25 Prahová hodnota: 15
a) Dopad projektu na úrovni Unie	- Program je významný svým rozsahem a má potenciál zvýšit poptávku a/nebo podíl na trhu. - Program má významné pokrytí (např. počet a/nebo relativní podíl oslovených spotřebitelů/dovozců/kupujících atd.). - Dopad programu je kvantifikován na úrovni navrhující organizace (navrhujících organizací) a/nebo členského státu navrhující organizace (navrhujících organizací). - Program má potenciál být přínosný i pro jiné producenty v EU z téhož odvětví nebo jiných odvětví.

	• Projekt má potenciál zajistit udržitelný hospodářský a sociální dopad. Případně je popsána přidaná hodnota z hlediska zaměstnanosti. • Projekt má potenciál přispět k udržitelné produkci a/nebo spotřebě.
b) Odůvodnění celkové výše investic	• Navrhovaná výše investic je odůvodněna očekávanou návratností investic (u propagačních programů) a/nebo zvýšením informovanosti (u informačních programů).
CELKEM	Max. počet bodů: 100 Prahová hodnota: 60

Example, not to complete

Příloha II: Informace o reprezentativnosti

Podle článku 7 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1144/2014 a článku 1 nařízení Komise v přenesené pravomoci (EU) č. 2015/1829 musí být navrhující organizace reprezentativní pro svůj produkt nebo své odvětví. Tabulka níže nabízí přehled možností, jak lze tuto reprezentativnost doložit. Uváděné články lze dohledat v [nařízení \(EU\) č. 2015/1829](#) a [nařízení \(EU\) č. 1144/2014](#).

Druh organizace	Kritéria reprezentativnosti
Oborová nebo mezioborová organizace usazená na úrovni členského státu nebo EU	50 % z počtu producentů nebo 50 % z objemu či hodnoty tržní produkce produktů nebo dotčeného odvětví (čl. 1 odst. 1 písm. a) odrážka i) nařízení (EU) č. 2015/1829)
	Mezioborová organizace uznaná členským státem (čl. 1 odst. 1 písm. a) odrážka ii) nařízení (EU) č. 2015/1829)
	Skupiny v rámci režimů jakosti EU: 50 % z objemu nebo hodnoty tržní produkce produktů, jejichž název je chráněn (čl. 1 odst. 1 písm. b) nařízení (EU) č. 2015/1829)
Organizace producentů (příp. jejich sdružení)	uznané členským státem v souladu s články 154 nebo 156 nařízení 1308/2013 (čl. 1 odst. 1 písm. c) nařízení (EU) č. 2015/1829)
Subjekt zemědělsko-potravinářského odvětví	jehož cílem a činností je poskytování informací o zemědělských produktech a jejich propagace, jenž byl příslušným členským státem pověřen výkonem jasně definované veřejné služby v této oblasti, který byl zřízen alespoň dva roky před datem výzvy k předkládání návrhů, mezi jehož členy jsou zástupci propagovaného produktu či odvětví. (čl. 7 odst. 1 písm. d) nařízení (EU) č. 1144/2014 a čl. 1 odst. 1 písm. d) nařízení č. 2015/1829)

Popište, nakolik vaše organizace splňuje kritéria reprezentativnosti v dotčeném členském státě nebo na úrovni Unie. V této souvislosti uveďte:

- druh a status vaší organizace, např. konsorcium tvořené X a Y, uznání udělené členským státem, reprezentativnost odvětví atd.,
- údaje o tržní produkci, vývozu, obratu, prodejkách, počtu producentů atd.

Nezapomeňte uvést odkaz na zdroj informací, na které se při svém odůvodnění odvoláváte. V odůvodnění uveďte všechna kritéria, která se týkají vašeho případu.

Pokud se odvoláváte na uznání členským státem, doložte své tvrzení příslušnými doklady, jako je kopie uznání nebo odkaz na veřejně dostupný seznam uznaných organizací.

Pokud vaše organizace není reprezentativní podle výše uvedených kritérií, zdůvodněte, proč se domníváte, že by měla být za reprezentativní považována. Mohou být akceptovány nižší prahové hodnoty než ty uvedené výše, pokud navrhující organizace prokáže, že existují zvláštní okolnosti, mimo jiné důkazy týkající se struktury trhu, které by odůvodnily, aby se s navrhující organizací zacházelo jako s reprezentativní pro příslušné produkty nebo odvětví (odchylka od pravidla 50 % uvedená v čl. 1 odst. 2 nařízení (EU) č. 2015/1829).

V případě, že váš návrh předkládá více než jedna organizace, vložte veškeré popisy do jednoho dokumentu. Informace by neměly přesáhnout 2 000 znaků na jednu navrhující organizaci.

Příloha III: Metodické návrhy pro dodatečný výpočet návratnosti

Tyto návrhy je třeba vzít v potaz při hodnocení výsledků propagačního programu. Měla by však existovat přímá vazba mezi hodnocením výsledků na konci programu a cíli vytyčenými na jeho počátku. Při přípravě návrhu programu vezměte na zřetel tato doporučení týkající se stanovení cílů programu. Návratnost lze vyjádřit za dobu trvání programu. Případně, je-li to nutné, lze návratnost rovněž uvést za dobu přesahující trvání programu.

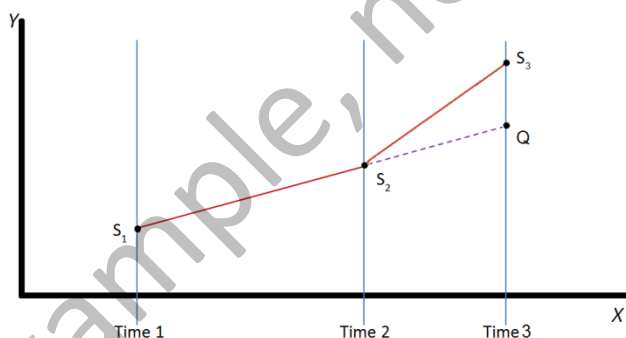
Ekonomický dopad

Cílem propagačních programů je ekonomická návratnost. Jelikož se ale propagační úsilí odehrává ve složitém prostředí, není jednoduché určit jeho opravdový ekonomický dopad. Prosté srovnání ekonomických ukazatelů před a po kampani nezohlední vliv vnějších proměnných faktorů. Aby se opravdový účinek propagační kampaně oddělil od jiných proměnných faktorů (např. vývoje či krizí na trhu), které na něj mají svůj vliv, měl by se při výpočtu návratnosti použít základní scénář. „Základní scénář“ je odhadem toho, co by se stalo, kdyby nedošlo k realizaci propagačního programu. Dopad se naopak odhaduje porovnáním základního scénáře s pozorovanými údaji. Výstup takového hodnocení by měl být vyjádřen v eurech.

Existuje několik způsobů, jak takový základní scénář vytvořit. Zde popíšeme dva přímočaré a intuitivní způsoby. Ke stejnému účelu by mohly posloužit i jiné způsoby, konkrétní metodika zvolená k vytvoření základního scénáře by však měla být odůvodněná.

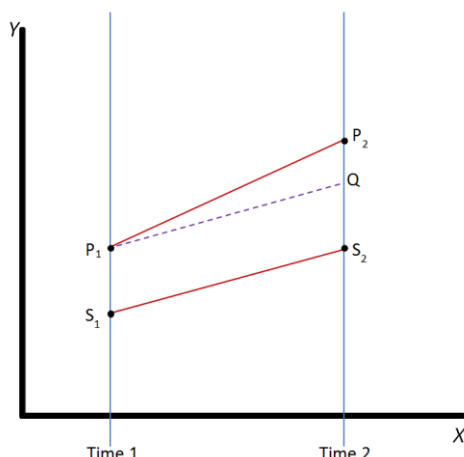
1) Historický vývoj

V případě produktu, který má za sebou stabilní, relativně dlouhodobý tržní vývoj, by bylo možné promítnout tento vývoj do budoucnosti a použít jej jako základní scénář. Základní scénář „Q“ lze vytvořit projekcí tržního vývoje mezi časem 1 (S_1) a časem 2 (S_2) do času 3 (Q). V následujícím kroku lze pozorovanou situaci v čase 3 (S_3) opravit o vývoj odečtením Q od S_3 a dojít tak k účinku programu. Jak již bylo řečeno, předpokladem pro tento způsob výpočtu je stabilní tržní vývoj, nehodí se tudíž pro vysoce volatilní trhy.



2) Rozdíl mezi rozdíly

V mnoha případech na stabilní tržní vývoj nenarazíme. Jiný postup používá k vytvoření základního scénáře srovnatelný produkt. Obrázek níže znázorňuje základní scénář použitý v rámci této metodiky. Srovnatelný produkt (jeho srovnatelnost by měla být odůvodněna) vykazuje specifický tržní vývoj (od S_1 k S_2). Základní scénář lze vytvořit promítnutím tohoto tržního vývoje do situace před propagací propagovaného produktu (P_1). Při srovnání pozorované situace po propagaci (P_2) se základním scénářem lze odvodit účinek propagační kampaně, přičemž se současně zohlední tržní vývoj.



Všimněte si, že se oba výše uvedené způsoby výpočtu doplňují. Jestliže produkt vykázal podobný vývoj v minulosti jako propagovaný či zkoumaný produkt, je možné tvrdit, že je srovnatelný a vhodný k vytvoření základního scénáře pomocí způsobu výpočtu používajícího rozdílu mezi rozdíly.

Návratnost programu se rovná navýšení prodeje (v eurech) během fungování programu. Dlouhodobé účinky nelze brát v úvahu, jelikož okamžikem hodnocení je ukončení programu.

Doporučuje se zohlednit rovněž návratnost investic programu. Ta se vypočítá jako poměr mezi navýšením prodeje či vývozu propagovaného produktu během doby trvání programu (návratnost) a investicemi (které se rovnají celkovým nákladům na program).

Dopad na povědomí

Konečným cílem informačních programů je zvýšit povědomí. Ke zjištění počtu osob, které získaly povědomí o produktu, lze provést průzkum s touto strukturou:

Vzhledem k tomu, že informační kampaň se většinou týká řady témat a sdělení, nelze přijetí informace měřit na základě jedné otázky. Naopak je nutno použít otázek několik. Osobu lze považovat za informovanou o sdělení či tématu, pokud zná odpověď na předem definovanou část těchto otázek. Následující tabulka dává příklad testu s dvoutřetinovým prahem informovanosti:

OSOBA X	Požadovaná odpověď	Skutečná odpověď	OSOBA Y	Požadovaná odpověď	Skutečná odpověď
Otázka č. 1	Ano	Ano	Otázka č. 1	Ano	Ano
Otázka č. 2	Ano	Ano	Otázka č. 2	Ano	Ne
Otázka č. 3	Ne	Ano	Otázka č. 3	Ne	Ne
Výsledek	2/3 = obstála		Výsledek	1/3 = neobstála	

Osoba X v testu obstála, osoba Y ne. Absolutní nárůst počtu osob, které v testu obstály, ve srovnání situací před a po kampani odpovídá dopadu na povědomí. Otázky by měly být formulovány tak, aby jejich bodové hodnocení bylo jednoznačné. Měly by rovněž odpovídat tématům a sdělením programu. Vzorek by měl být reprezentativní pro cílovou skupinu (cílové skupiny). Ze srovnání průzkumů provedených před a po kampani by měl vzejít absolutní počet osob, které nové získaly poznatky.

Lze použít i jiné způsoby výpočtu, měly by však být řádně zdůvodněné a dosahovat stejného cíle.