

PROGRAMOVÁ PRÍRUČKA

Propagácia poľnohospodárskych výrobkov (AGRIP)



január 2022

Upozornenie

Cieľom tohto dokumentu je poskytnúť usmernenia potenciálnym žiadateľom o spolufinancovanie informačných a propagačných akcií týkajúcich sa poľnohospodárskych výrobkov.

Všeobecné informácie o elektronickom predkladaní návrhov nájdete v online príručke: https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/docs/2021-2027/common/guidance/om_en.pdf.

Skutočné webové formuláre a vzory poskytnuté v systéme elektronického predkladania návrhov na portáli financovania a ponúk sa môžu líšiť od príkladov použitých v tejto príručke.

Ak máte akékoľvek návrhy alebo pripomienky týkajúce sa zlepšenia tejto príručky, zašlite e-mail na adresu: REA-AGRI-GRANTS@ec.europa.eu

PREDHOVOR

Táto príručka je určená na to, aby vám pomohla pri vypracúvaní návrhov informačných a propagačných programov týkajúcich sa poľnohospodárskych výrobkov na vnútornom trhu a v tretích krajinách.

Doplňujúce informácie nájdete v týchto dokumentoch:

- oddiel venovaný propagácii poľnohospodárskych výrobkov EÚ na webovom sídle GR pre poľnohospodárstvo a rozvoj vidieka:

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

stránky venované propagácii poľnohospodárskych výrobkov na portáli výkonnej agentúry: https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products_en.

Vo výzvach na predkladanie návrhov sú stanovené spôsoby kontaktu s asistenčnou službou.

Odpovede poskytnuté na otázky nesúvisiace s IT budú uverejnené v skupinách na ďalej uvedenej stránke: [Funding & tenders \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/docs/2021-2027/common/guidance/om_en.pdf)

Na asistenčnú službu sa obracajte až potom, ako sa pokúsíte nájsť informácie v dokumentácii, ktorá je vám poskytnutá.

HISTÓRIA ZMIEN		
Verzia	Dátum uverejnenia	Zmeny
1.0	28. 1. 2021	Pôvodná verzia
2.0	3. 12. 2022	Niekoľko aktualizácií čiastkových kritérií pridelenia grantu, kontaktných údajov agentúry REA, častých otázok

OBSAH

PREDHOVOR	2
GLOSÁR.....	5
1. PREHĽAD PROGRAMU	6
1.1. KĽÚČOVÉ DOKUMENTY	6
1.2. PRÍPRAVNÉ KROKY	7
1.2.1. Všeobecné usmernenia pred prípravou vášho návrhu.....	7
1.2.2. Jazykový režim.....	8
1.2.3. Úloha a zodpovednosť rôznych subjektov.....	8
2. PRÍPRAVA NÁVRHU	10
2.1. Formulár žiadosti	10
2.2. Časť A – Administratívny formulár	11
2.3. Časť B – Technický opis projektu	13
2.4. Prílohy k žiadosti.....	28
3. HODNOTENIE A VÝSLEDKY	30
3.1. Prehľad procesu hodnotenia.....	30
3.2. Výsledok.....	30
PRÍLOHY	32
Príloha I: Doplnujúce informácie o kritériách pridelenia grantu.....	32
Príloha II: Informácie o reprezentatívnosti/právnickej osobe.....	32
Príloha III: Metodické návrhy na výpočet výnosov <i>ex post</i>	32

GLOSÁR

V **ročnom pracovnom programe** sa stanovujú ročné strategické priority propagačného režimu a schvaľuje ho Európska komisia v súlade s článkom 8 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1144/2014 z 22. októbra 2014 (základný akt).

(**Spolu-**)Príjemca je organizácia, ktorá dostáva spolufinancovanie EÚ na základe úspešného návrhu jedného z programov spolufinancovaných EÚ a podpísania súvisiacej dohody o grante. Počas podávania žiadostí je označovaný ako **žiadateľ/-ia** a/alebo **účastníci**. Pojem **navrhujúca organizácia** sa takisto používa pre žiadateľov aj príjemcov podľa fázy konania.

Jednotlivý program/návrh sa označuje ako **akcia**. Zahŕňa ucelený súbor **činností**.

Návrhy na **jednoduché programy** môže predkladať jeden alebo viacero navrhujúcich organizácií z rovnakého členského štátu.

Návrhy na **kombinované programy** môžu predkladať aspoň dve navrhujúce organizácie aspoň z dvoch členských štátov alebo jeden či viacero organizácií z Únie.

V prípade kombinovaných programov sa podpisuje **dohoda o grante** medzi výkonnou agentúrou (konajúcou v rámci právomocí, ktoré na ňu delegovala Európska komisia) a organizáciami príjemcov, t. j. príjemcami spolufinancovania EÚ.

V prípade jednoduchých programov sa podpisuje **zmluva** medzi príslušnými vnútroštátnymi orgánmi a príjemcom/-ami; ktorá sa takisto nazýva **dohoda o grante**.

Podpísaním dohody príjemcovia prijímajú grant a súhlasia s vykonávaním akcie v rámci svojej zodpovednosti a v súlade s dohodou so všetkými povinnosťami a podmienkami, ktoré táto dohoda ustanovuje.

Ak je do akcie zapojených viacero príjemcov/žiadateľov, musí byť medzi nimi podpísaná **dohoda o konzorciu**, ktorá doplní dohodu o grante, a nesmie obsahovať žiadne ustanovenie v rozpore s dohodou o grante.

Vykonávací orgán je orgán poverený vykonávaním činností programu a má úlohu **subdodávateľa**.

Predbežné financovanie, ktoré je uvedené v dohode o grante, je rovnocenné **zálohovej platbe**, ako je uvedená v legislatívnych textoch.

Portál financovania a ponúk je webové sídlo, na ktorom sa nachádzajú informácie o financovaní programov Horizont Európa, ako aj o iných programoch Únie vrátane propagácie poľnohospodárskych výrobkov.

Výkonná agentúra je subjekt, ktorý Európska komisia poverila riadením kombinovaných programov.

Európska výkonná agentúra pre výskum (REA) riadi technickú a finančnú realizáciu propagácie poľnohospodárskych výrobkov.

Príslušný vnútroštátny orgán je zodpovedná služba poverená vládou členského štátu riadením vykonávania jednoduchých programov.

1. PREHL'AD PROGRAMU

Všeobecným cieľom politiky EÚ na propagáciu poľnohospodárskych výrobkov (AGRIP) je zvýšiť konkurencieschopnosť odvetvia poľnohospodárstva Únie.

Konkrétnejšie by informačné a propagačné akcie mali byť zamerané na:

- zvyšovanie informovanosti a uznávania systémov kvality Únie, ale aj informovanosti spotrebiteľov o výhodách poľnohospodárskych výrobkov a výrobných postupov Únie,
- zvyšovanie konkurencieschopnosti a spotreby poľnohospodárskych výrobkov Únie, ich zviditeľňovanie a zvyšovanie podielu týchto výrobkov na trhu.

V prípade závažného narušenia trhu by tieto akcie mali pomôcť obnoviť normálne trhové podmienky.

Na dosiahnutie cieľov politiky sa informačné a propagačné akcie vykonávajú v členských štátoch EÚ aj mimo nich. Majú podobu:

- jednoduchých programov, ktoré môže predložiť jedna alebo viacero navrhujúcich organizácií z rovnakého členského štátu,
- kombinovaných programov, ktoré môžu predložiť aspoň dvaja žiadatelia z rozdielnych členských štátov alebo jedna alebo viacero organizácií Únie.

1.1. KLÚČOVÉ DOKUMENTY

Predtým, ako sa rozhodnete predložiť návrh a vyplniť rôzne formuláre žiadosti, overte si, či vaša organizácia, propagované výrobky a samotná akcia spĺňajú kritériá oprávnenosti. Takisto by ste si mali overiť, či sú vaše plánované činnosti a cieľové krajiny v súlade s prioritami uvedenými v zozname vo výzve na predkladanie návrhov.

Z toho dôvodu si v prvom kroku treba podrobne prezrieť príslušnú dokumentáciu, konkrétne:

- nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1144/2014 z 22. októbra 2014 o informačných a propagačných akciách týkajúcich sa poľnohospodárskych výrobkov uskutočňovaných na vnútornom trhu a v tretích krajinách a o zrušení nariadenia Rady (ES) č. 3/2008,
- delegované nariadenie Komisie (EÚ) 2015/1829 z 23. apríla 2015, ktorým sa dopĺňa nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1144/2014 o informačných a propagačných akciách týkajúcich sa poľnohospodárskych výrobkov uskutočňovaných na vnútornom trhu a v tretích krajinách,
- vykonávacie nariadenie Komisie (EÚ) 2015/1831 zo 7. októbra 2015, ktorým sa stanovujú pravidlá uplatňovania nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1144/2014 o informačných a propagačných akciách týkajúcich sa poľnohospodárskych výrobkov uskutočňovaných na vnútornom trhu a v tretích krajinách,
- príslušné ročné vykonávacie rozhodnutie Komisie o prijatí pracovného programu na predmetný rok v rámci informačných a propagačných akcií týkajúcich sa poľnohospodárskych výrobkov uskutočňovaných na vnútornom trhu a v tretích krajinách,

- výzvu na predkladanie návrhov.

V prípade ďalších otázok máte k dispozícii aj tieto možnosti:

- Prehľadná prezentácia o propagačnej politike sa nachádza na stránke: https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products_en,
- vzorové dohody o grante (pre jednoduché a kombinované programy),
- časté otázky (FAQ) týkajúce sa konkrétnej výzvy sa nachádzajú na stránke: [Funding & tenders \(europa.eu\)](https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products_en)

Špecifické pre jednoduché programy:

- príslušné vnútroštátne orgány: žiadatelia vypracúvajúci jednoduché programy sa môžu obrátiť na príslušné orgány svojho členského štátu so žiadosťou o ďalšie informácie o právnom základe, vzore dohody o grante, ako aj vykonávaní akcie. Zoznam príslušných vnútroštátnych orgánov sa nachádza na stránke: https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products_en
- Veľký súbor webinárov určených na to, aby vám pomohli zlepšiť technickú kvalitu návrhov, je dostupný na tejto stránke: https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products_en

1.2. PRÍPRAVNÉ KROKY

1.2.1. *Všeobecné usmernenia pred prípravou vášho návrhu*

Návrh pozostáva z dvoch častí (časť A Administratívny formulár vyplnený v elektronickom systéme a časť B Technický opis vášho projektu nahraný vo formáte Pdf) a obsahuje prílohy. Pozri [Online Manual - Online Manual - Funding Tenders Opportunities \(europa.eu\)](https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products_en).

Očakáva sa, že vo výzve na predkladanie návrhov bude veľká konkurencia. Slabý prvok v inak dobrom návrhu môže viesť k nižšiemu celkovému počtu bodov, v dôsledku čoho nebude váš návrh vybraný na financovanie EÚ.

So zreteľom na to vám odporúčame, aby ste pred začatím prípravy návrhu zvážili tieto aspekty:

- **Relevantnosť:** overte si, či váš návrh vyhovuje tejto výzve na predkladanie návrhov a týka sa konkrétnych tém, ktoré ste si vybrali. Návrhy, ktoré nepatria do rozsahu výzvy na predkladanie návrhov, budú vyhlásené za neoprávnené. Návrhy, ktoré nedostatočne reagujú na výzvu alebo konkrétnu tému, môžu byť zamietnuté, pretože nemusia dosiahnuť prahovú úroveň príslušného kritéria pridelenia grantu.
- **Úplnosť:** skontrolujte, či váš pripravovaný návrh obsahuje všetky príslušné informácie a vzťahuje sa na všetky aspekty opísané v kritériách pridelenia grantu, vo vzore návrhu a v tejto príručke, pretože bude hodnotený len na základe predloženého obsahu. Dôkladne sa riadte formátom vzoru časti B a uistite sa, že sú nahrané všetky požadované informácie. Nezabudnite, že

množstvo neznamena kvalitu: dobré návrhy sú jasne navrhnuté a ľahko pochopiteľné a prehľadné. Sú presné, stručné a zamerané na podstatu. Myslite na to, že na časť B vášho návrhu sa vzťahuje obmedzenie počtu strán a že všetok text prekračujúci toto obmedzenie bude označený vodoznakom a hodnotitelia nebudú uvedené strany zohľadňovať.

- Vplyv: dobré návrhy by mali byť zamerané na výsledky a mali by jasne ukázať, ako zamýšľajú dosiahnuť tieto výsledky. Musia obsahovať aj metodický opis správnej a dôveryhodnej štúdie hodnotenia – ktorú vykoná nezávislý externý orgán – nielen zameranú na hodnotenie procesu, ale zohľadňujúcu najmä konečný očakávaný vplyv. Viac informácií nájdete v doplňujúcich informáciách o kritériách pridelenia grantu (príloha I).

1.2.2. Jazykový režim

Návrhy môžu byť predložené v akomkoľvek úradnom jazyku Európskej únie.

Ak je návrh napísaný v inom úradnom jazyku EÚ, podľa možnosti by k nemu mal byť priložený anglický preklad celej technickej časti (časť B), aby sa nezávislým odborníkom, ktorí poskytujú technický vstup do hodnotenia, uľahčilo preskúmanie návrhov.

Anglické preklady by mali mať dobrú kvalitu, aby sa predišlo nezrovnalostiam s verziou originálu.

Žiadatelia, ktorí predkladajú návrhy na **kombinované programy**, by si mali byť vedomí toho, že výkonná agentúra bude na komunikáciu s príjemcami v zásade používať anglický jazyk, pokiaľ ide o následnú kontrolu spolufinancovaných kombinovaných programov (fáza riadenia grantov) a ich monitorovanie.

Žiadatelia, ktorí predkladajú návrhy na **jednoduché programy**, by mali brať do úvahy, že zmluvy budú spravované členskými štátmi. Preto sa žiadatelia vyzývajú, aby predkladali svoje návrhy v jazyku/-och členského štátu pôvodu navrhujúcej/-ich organizácie/-í, pokiaľ príslušný členský štát nevyjadril súhlas s tým, aby bola zmluva podpísaná v anglickom jazyku¹.

1.2.3. Úloha a zodpovednosť rôznych subjektov

Do vykonávania akcie môžu byť zapojené viaceré subjekty a každý z nich má odlišnú úlohu a zodpovednosť:

- Koordinátor je najmä subjekt zodpovedný za tieto úlohy:
 - predložiť návrh v mene všetkých zapojených navrhujúcich organizácií,
 - monitorovať, aby sa akcia vykonávala správne (pozri článok 11 dohody o grante),

¹ Informácie sa nachádzajú na stránke: [competent-national-authorities-simple-programmes-v3_en.pdf](https://ec.europa.eu/competent/national-authorities-simple-programmes-v3_en.pdf) (europa.eu).

- konať ako sprostredkovateľ pre všetku komunikáciu medzi príjemcami a riadiacim orgánom (najmä poskytovať výkonnej agentúre alebo členskému štátu informácie uvedené v článku 19 dohody o grante), pokiaľ nie je stanovené inak,
- žiadať od spolužiadateľov/spolupríjemcov a preskúmať všetky dokumenty alebo informácie vyžadované riadiacim orgánom a overovať ich úplnosť a správnosť pred ich postúpením ďalej,
- predkladať výstupy a správy počas vykonávania akcie (pozri článok 21 dohody o grante),
- poskytovať záruku predbežného financovania štandardne v prípade jednoduchých programov a na požiadanie agentúry v prípade kombinovaných programov (pozri článok 23 dohody o grante),
- zabezpečiť, aby boli všetky platby spolupríjemcom vykonané včas (pozri článok 22 ods. 1 dohody o grante),
- informovať riadiaci orgán o sumách vyplatených jednotlivým spolupríjemcom, ak sa to vyžaduje. (pozri články 22 a 32 dohody o grante).

Upozorňujeme, že koordinátor nemôže postúpiť uvedené úlohy na žiadneho iného spolupríjemcu, ani ich subdodávateľsky zadať žiadnej tretej strane.

- Iní príjemcovia/žiadatelia sú zodpovední najmä za tieto úlohy:
 - udržiavať aktuálnosť informácií uložených na portáli financovania a ponúk – v registri príjemcov (v systéme elektronickej výmeny), (pozri článok 19 dohody o grante),
 - bezodkladne informovať koordinátora o všetkých udalostiach alebo okolnostiach, ktoré by mohli významne ovplyvniť alebo oneskoriť vykonávanie akcie (pozri článok 19 dohody o grante),
 - včas predkladať koordinátorovi:
 - jednotlivé účtovné závierky a, ak sa vyžadujú, osvedčenia o účtovných závierkach (pozri článok 21 dohody o grante),
 - údaje potrebné na vypracovanie správ (pozri článok 21 dohody o grante),
 - všetky ostatné dokumenty alebo informácie vyžadované agentúrou alebo Komisiou/členským štátom podľa dohody o grante, pokiaľ dohoda o grante nevyžaduje, aby im tieto informácie predkladal príjemca priamo.

Okrem toho ak je do akcie zapojených viacero príjemcov/žiadateľov, musí byť podpísaná **dohoda o konzorciu**, ktorá dopĺňa dohodu o grante. Táto dohoda môže mať rôzne podoby, ale najbežnejšou je štandardná písomná dohoda. Usmernenia týkajúce sa dohôd o konzorciu môžete nájsť v online príručke a v usmernení – ako vypracovať svoju dohodu o konzorciu, ktoré sú k dispozícii na stránke:

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

Dohoda o konzorciu nemusí byť predložená s návrhom, ale musí byť k dispozícii v čase podpísania dohody o grante.

- Subdodávateľ/-ia (pozri článok 9 dohody o grante):
 - Nie sú stranami dohody o grante a nemajú zmluvný vzťah s agentúrou/členským štátom.
 - **Základné úlohy v rámci akcií (t. j. technická a finančná koordinácia akcie a riadenie stratégie) nemôžu byť zadané subdodávateľom.**
 - Musia byť vybraní tak, aby sa zabezpečil najlepší pomer ceny a kvality a v prípade potreby najnižšia cena, ako aj neexistencia konfliktu záujmov. Žiadatelia/príjemcovia považovaní za „verejnoprávne inštitúcie“ by sa mali riadiť vnútroštátnymi právnymi predpismi o verejnom obstarávaní, ktorými sa transponuje smernica 2014/24/EÚ.
 - Hodnotiace úlohy nemožno zadať subjektom, ktoré sú štrukturálne prepojené.
- Tretie strany, ktoré dostávajú finančnú podporu (pozri článok 9 ods. 4 dohody o grante):
 - Finančná podpora v podobe grantov sa poskytuje len subjektom, ktoré sú prepojené s príjemcom² a sú uvedené v návrhu projektu.
 - V projekte sa uvedie maximálna výška finančnej podpory pre každú tretiu stranu a kritériá a postupy poskytovania finančnej podpory.
 - Príjemcovia musia zabezpečiť, aby náklady účtované na akciu predstavovali náklady, ktoré týmto tretím stranám skutočne vznikli (t. j. bez rozpätia zisku), a aby subjekty dodržiavali zásadu správneho finančného riadenia a viedli si záznamy o nákladoch.

2. PRÍPRAVA NÁVRHU

2.1. Formulár žiadosti

Formulár žiadosti sa skladá z dvoch častí, časti A a časti B:

- Časť A obsahuje štruktúrované administratívne formuláre s údajmi o účastníkoch, právnych vyhláseniach a kontaktných osobách (zo snímok obrazovky systému predkladania návrhov). Môže zahŕňať aj konkrétne otázky týkajúce sa výzvy, ktorých účelom je všeobecné monitorovanie programu.
- Časť B je opisná časť návrhu. Je to technický opis projektu s pripravovanými činnosťami, pracovnými balíkmi, nákladmi atď.

² „Prepojené subjekty“ sú subjekty, ktoré sú prepojené s príjemcom, najmä právne alebo kapitálovo, pričom toto prepojenie nie je obmedzené len na danú akciu ani vytvorené výlučne na účely jej vykonávania.

2.2. Časť A – Administratívny formulár

Cieľom týchto pokynov je poskytnúť informácie o tom, ako správne vyplniť túto časť.

Oddiel 1: Všeobecné informácie

V tomto oddiele by ste mali uviesť skratku, názov návrhu, trvanie, voľné kľúčové slová, ako aj abstrakt vášho návrhu v anglickom jazyku. Pri príprave tohto zhrnutia projektu budte presný a stručný. V prípade, že váš návrh bude prijatý na spolufinancovanie, bude toto zhrnutie projektu zverejnené.

Musíte takisto uviesť, či boli počas posledných dvoch rokov predložené podobné návrhy.

Oddiel 2: Účastníci

Koordinátor zadá kód PIC všetkých navrhujúcich organizácií. Upozorňujeme, že by ste mali použiť platný kód PIC.

V tomto oddiele máte pre každého účastníka upresniť druh navrhujúcich organizácií, ako sa uvádza v článku 7 nariadenia č. 1144/2014.

Pri výbere druhu organizácie sa uistite, že zodpovedá informáciám uvedeným v príslušnej prílohe o reprezentatívnosti/právnickej osobe.

Oddiel 3: Rozpočet

V tomto oddiele musíte vyplniť tabuľku s prehľadom rozpočtu (vzor je uvedený ďalej):

1 Estimated eligible ¹ costs (per budget category)													2 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.2 Natural persons under direct contract A.3 Salaried persons	A.4 SME owners 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						
				Travel			Accommodation	Subsistence									
Forms of funding	Actual costs	Unit costs (per beneficiary) (excluding personnel)	Unit costs ⁷	Actual costs	(Actual costs)/unit costs ⁸ (excluding unit costs)	(Actual costs)/unit costs ⁸ (excluding personnel)	(Actual costs)/unit costs ⁸ (excluding unit costs)	Actual costs	Actual costs	(Actual costs)/unit costs ⁸	(Actual costs)/unit costs ⁸	Flat-rate costs ⁹					
1 - (short name beneficiary)																	
2 - (short name beneficiary)																	
Total consortium																	

Je potrebné, aby biele bunky vyplnil koordinátor, pričom sivé bunky sú automaticky kódované alebo počítané systémom a čierne bunky sa nedajú vyplniť.

Každý riadok rozpočtovej tabuľky predstavuje celkové odhadované výdavky za každého žiadateľa.

Podľa vzoru dohody o grante existujú 4 kategórie nákladov (podrobný opis každej rozpočtovej kategórie je uvedený v článku 6 ods. 2 dohody o grante):

- A. Osobné náklady
- B. Náklady na využívanie subdodávateľov
- C. Náklady na nákup
- D. Finančná podpora pre tretie strany
- E. Nepriame náklady

Priame náklady sa musia rozčleniť v individuálnej analýze rozpočtu podľa časti B žiadosti v opise pracovných balíkov (oddiel 4).

Uistite sa, že suma každej kategórie nákladov a súčtov v časti A zodpovedá príslušným sumám uvedeným v analýze rozpočtu na pracovný balík uvedenej v časti B žiadosti a sumám vypočítaným na základe vyplnenia „Podrobnej rozpočtovej tabuľky“ v prílohe.

Venujte pozornosť najmä tomu, aby ste počas práce na časti A a časti B dvakrát nepripočítali nepriame náklady.

Maximálny príspevok EÚ sa počíta ako celkové náklady vynásobené mierou uhrádzania. Táto miera je automaticky vyplnená systémom na základe podmienok danej výzvy a témy, ako aj členského štátu žiadateľa/-ov.

Upozorňujeme, že z dôvodov zjednodušenia rozpočtovej tabuľky netreba uvádzať príspevok žiadateľov.

Rozdiel medzi celkovými odhadovanými oprávnenými nákladmi mínus požadovaný príspevok EÚ sa implicitne považuje za „príspevok žiadateľa“.

Oddiel 4: Iné otázky

V tomto oddiele by sa mali uviesť aj cieľové krajiny návrhu a výrobky, ktoré sa budú propagovať.

V prípade potreby by sa malo uviesť, ktorý systém sa bude propagovať a ktorý/-é výrobok/-ky sa bude/-ú používať na ilustráciu.

Upozorňujeme, že možno vybrať viacero výrobkov. Iba výrobky oprávnené podľa článku 5 nariadenia č. 1144/2014 môžu byť predmetom propagačnej alebo informačnej akcie alebo môžu byť použité na ilustráciu propagovaného systému.

Tento výber musí byť konzistentný s vybranou témou, ako aj s výrobkami opísanými v opisnej technickej časti vašej žiadosti (oddiel 2 – časť B).

Nakoniec by ste mali uviesť, či akcia propaguje výrobky alebo postupy certifikované ako udržateľné.

POZNÁMKA: Pozri doplňujúce informácie v oddiele 2.3 tejto príručky o navrhovaných akciách, kde sa zdôrazňuje udržateľná poľnohospodárska výroba a spotreba, a zabezpečte konzistentnosť medzi časťou A a časťou B.

Okrem toho pre každú cieľovú krajinu návrhu uveďte podiel rozpočtu vyjadrený v % a zvýšenie predaja/vývozu propagovaného výrobku/propagovaných výrobkov (vyjadrené v EUR).

Dôsledne vyberte jednu alebo viac cieľových krajín, systémov a výrobkov, ktoré sa budú programom propagovať.

Výzva na predkladanie návrhov obsahuje zoznam cieľových krajín, systémov a výrobkov, ktoré sú oprávnené v rámci príslušných tém.

2.3. Časť B – Technický opis projektu

Časť B sa týka technického obsahu návrhu. Na zjednodušenie jeho vypracovania by žiadatelia mali použiť vzor uvedený v systéme a riadiť sa touto príručkou.

Je povinné vyplniť všetky vopred vymedzené oddiely a odpovedať na otázky uvedené v tomto dokumente.

Kvalita návrhov sa bude posudzovať podľa týchto kritérií pridelenia grantu:

1. Relevantnosť

2. Kvalita

3. Vplyv

Tieto kritériá sú ďalej rozdelené na **čiasťkové kritériá** (príloha I k tejto príručke). Je dôležité zabezpečiť, aby sa váš **návrh zaoberal každým čiasťkovým kritériom pridelenia grantu** uvedeným v prílohe.

Nezávislí experti použijú tento zoznam **na účinné posúdenie** kvality vášho **návrhu**.

Časť B by mala obsahovať tieto oddiely, ktoré zodpovedajú kritériám pridelenia grantu:

Oddiel 1: Relevantnosť

1.1 Súvislosti a všeobecné ciele

Stručne predstavte navrhujúcu/-e organizáciu/-e, zastupovaný sektor výrobkov a jeho členov bez toho, aby ste opakovali informácie, ktoré ste už uviedli v časti A formulára žiadosti. Uvedte informácie o štruktúre sektora, počte členov/spoločností, obrate a údaje súvisiace so zamestnanosťou.

Upozorňujeme, že informácie o reprezentatívnosti vašej organizácie vo vašom členskom štáte alebo na úrovni Únie, pokiaľ ide o dotknutý/-é sektor/-y výrobku, by sa mali uviesť ako príloha s použitím príslušného vzoru. Vyplnenú prílohu treba nahráť samostatne pod príslušným nadpisom spolu s relevantnými informáciami o právnickej osobe (pozri aj kapitolu 2.4 tejto príručky).

Uvedte výrobky alebo systémy, ktoré budú v rámci akcie propagované alebo o ktorých sa bude v rámci akcie informovať. Ak propagujete výrobky uvedené v prílohe I k nariadeniu č. 1144/2014, uvedte číselný/-é znak/-y KN³ výrobkov. Ak propagujete systémy CHOP/CHZO/ZTŠ, uvedte registrované názvy uznaných výrobkov.

³ Viac informácií o číselných znakoch KN nájdete na tejto webovej stránke: http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties/tariff_aspects/combined_nomenclature/index_en.htm.

Skontrolujte, či sú rovnaké výrobky/systémy uvedené v príslušnom oddiele v časti A.

Opište súvislosti a základný cieľ projektu a to, ako zodpovedá všeobecným cieľom výzvy na predkladanie návrhov.

Zabezpečte, aby sa všetky príslušné aspekty dobre premietli do stratégie programu vrátane vybraných činností a kľúčových posolstiev.

Pre každý návrh uveďte, ako projekt prispieva k ambíciám spoločnej poľnohospodárskej politiky (SPP) v oblasti klímy a životného prostredia, k zelenej dohode⁴, Európskemu plánu na boj proti rakovine⁵ a najmä k stratégii „z farmy na stôl“.

Zamerajte sa najmä na **udržateľnosť výroby** a/alebo **udržateľnosť spotreby**, pričom ako odkaz použite vymedzenie udržateľného poľnohospodárstva Organizácie OSN pre výživu a poľnohospodárstvo (FAO)⁶.

Návrhy predložené v rámci tém týkajúcich sa udržateľnosti by sa mali venovať ďalším aspektom uvedenými v tematických cieľoch. Propagácia projektov zameraných na poľnohospodárske výrobky by teda mala uľahčiť propagáciu ekologicky udržateľnejších výrobkov, ako sa uvádza v Európskej zelenej dohode, stratégii v oblasti biodiverzity a stratégii „z farmy na stôl“ a stanovuje v článku 11 Zmluvy o fungovaní Európskej únie (ZFEÚ).

1.2 Analýza trhu a konkrétne ciele projektu

V návrhu sa poskytne analýza príslušného trhu podľa cieľovej krajiny. Analýza trhu by mala byť orientovaná na výrobok a trh. Zameriava sa na cieľovú krajinu a bude slúžiť ako základ pre vymedzenie cieľov a stratégie akcie. Mala by obsahovať informácie a posúdenie makroekonomických ukazovateľov, konjunktúru a predpoveď trhu vrátane nových zdrojov údajov.

Uveďte potrebné informácie na opísanie trhu a/alebo situácie v oblasti informovanosti na každom/všetkých trhu/-och, na ktorý(-é) je zameraný váš projekt, odpovedaním na otázky, ako napríklad:

Ponuka:

- Aké sú údaje týkajúce sa výroby, predaja a vývozu (objem a hodnota, trhoví podiel) organizácie/-í žiadateľa a jeho členského štátu v prípade každého z cieľových trhov? Je plánovaný nárast predaja zlučiteľný s kapacitou na zvýšenie výroby?

⁴ Zdravší a udržateľnejší potravinový systém EÚ je základným kameňom Európskej zelenej dohody. Viac informácií sa nachádza na stránke: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en.

⁵ [Európsky plán na boj proti rakovine, oznámenie Komisie Európskemu parlamentu a Rade, COM/2021/44 final](#).

⁶ Organizácia OSN pre výživu a poľnohospodárstvo (FAO), posudzovanie udržateľnosti potravinových a poľnohospodárskych systémov (SAFA) <http://www.fao.org/nr/sustainability/sustainability-assessments-safa/en/>, vymedzenia pojmov <http://www.fao.org/3/ai388e/AI388E05.htm>.

- Aká je štruktúra trhu v cieľovej/-ých krajine/-ách a aké postavenie má vaša organizácia na tomto trhu (napr. konkurenčné postavenie žiadateľa)?
- Kto sú ich hlavní konkurenti?
- Aké je trhové postavenie subjektov EÚ z rovnakého sektora výrobkov (objem a hodnota vývozu, trhoví podiel atď.)?
- Aké je ich postavenie v porovnaní s konkurentmi z krajín mimo EÚ?
- Akým výzvam čelia?
- Aké sú ich marketingové stratégie?
- Aké sú konkurenčné výhody subjektov EÚ?
- Aké sú konkurenčné výhody navrhujúcej/-ich organizácie/-í?
- Vysvetlite kľúčové rozdiely (cena, kvalita atď.), vďaka ktorým bude váš výrobok konkurencieschopnejší ako iné výrobky, ktoré už sú dostupné na cieľovom trhu.
- Aké sú výzvy z hľadiska logistiky, ak existujú?
- Opíšte štruktúru a fungovanie distribučných a maloobchodných kanálov, kľúčové maloobchodné reťazce, podiel na trhu podľa jednotlivých distribučných kanálov, dôležitosť špecializovaného obchodu a kanál spoločného stravovania/gastronómie.
- V prípade tretej/-ích krajiny/-ín uveďte podrobné informácie o dovozných podmienkach, napríklad colných a necolných prekážkach (napr. hygienické alebo rastlinolekárske opatrenia) a akýchkoľvek iných obmedzeniach (napr. zákaz buď dočasný alebo nie) buď v platnosti, alebo predpokladaných počas vykonávania plánovanej akcie.

Dopyt:

- Aké sú charakteristiky, demografia, socioprofesijné kategórie, typológia súčasných spotrebiteľov? Identifikujte a opíšte kvantitatívne a kvalitatívne trhové segmenty.
- Aká je spotreba na osobu a trendy spotreby zo strednodobého hľadiska pre kategóriu výrobku a konkrétne výrobky plánovanej akcie?

Ak sa akcia týka zvyšovania informovanosti:

- Aký je súčasný stav informovanosti spotrebiteľov?
- Čo treba zlepšiť a aké sú výzvy?
- Medzi ktorými segmentmi je informovanosť vyššia/nížšia?

Okrem toho poskytnite zhrnutie dostupných správ o prieskume trhu a/alebo informovanosti spotrebiteľov pre cieľové trhy. Ak je to možné, odkazujte na verejne dostupné správy vrátane odkazov na zdroje.

Osobitné ustanovenia pre návrhy zamerané na najmenej rozvinutú/-é krajinu/-y:

Ak sa návrh zameriava na jednu alebo niekoľko najmenej rozvinutých krajín podľa zoznamu OSN⁷, musíte predložiť posúdenie, v ktorom vysvetlíte, prečo navrhovaná akcia nepriaznivo neovplyvní ciele rozvojovej politiky EÚ v týchto krajinách (pozri článok 208.1 ods. 2 ZFEÚ).

SWOT analýza:

V rámci analýzy trhu uveďte SWOT analýzu (silné stránky, slabé stránky, príležitosti a hrozby) **pre každú cieľovú krajinu**.

SWOT analýzu vykonáva/-jú organizácia/-e na identifikovanie svojich **vnútorných** silných a slabých stránok, ako aj **vonkajších** príležitostí a hrozieb.

Upozorňujeme, že silné a slabé stránky sú spojené so situáciou navrhujúcej/-ich organizácie/-í a jej/ich navrhovaného projektu, zatiaľ čo príležitosti a hrozby súvisia s faktormi v prostredí cieľového trhu, ktoré sú pre navrhujúcu/-e organizáciu/-e externé.

Jej účelom je zjednodušiť vymedzenie stratégie, trendov a výziev, ktoré bude projekt riešiť na účel dosiahnutia cieľov.

SMART ciele:

V návrhu sa uvedú ciele, ktoré sú v súlade so SWOT analýzou a predložené **SMART spôsobom**, teda z hľadiska konkrétnych a vyčíslených cieľov.

Ciele by mali byť:

- **konkrétne**: ciele musia byť presné a jasné, aby boli dosiahnuteľné,
- **merateľné**: malo by byť možné merať pokrok pri dosahovaní cieľov na základe vopred vymedzeného súboru vyčísliteľných ukazovateľov,
- **dosiahnuteľné**: ciele musia byť dosiahnuteľné pomocou vyčlenených zdrojov a v rámci trvania plánovanej akcie,
- **zamerané na výsledky**: ciele by mali byť zamerané na výsledky, nie na činnosti,
- **časovo ohraničené**: ciele musia mať jasný časový rámec, lehotu, v ktorej sa majú dosiahnuť.

Žiadatelia sa riadia odporúčaniami uvedenými v prílohe III k tejto príručke. Tak by sa malo zjednodušiť vypracovanie SMART cieľov. Zaručí sa tým aj súlad s hodnotením akcie *ex post*.

Pri vymedzovaní cieľov akcie by sa mali zohľadniť aj tieto body:

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

- Ako súvisia ciele akcie s cieľmi propagačného systému uvedenými v článkoch 2 a 3 nariadenia č. 1144/2014? Sú ciele zosúladené s prioritami stanovenými v ročnom pracovnom programe a témou vybranej výzvy?
- Sú ciele akcie v súlade s predloženou analýzou trhu?

Mali by sa opísať maximálne tri hlavné ciele projektu.

Tieto ciele projektu budú úzko prepojené s ukazovateľmi vplyvu, ako sa uvádza vo vykonávacom nariadení a oddiele 3 tejto kapitoly.

1.3 Komplementárnosť s inými akciami a rozmer EÚ

Ak je akcia pokračovaním predchádzajúcej/-ich spolufinancovanej/-ých kampane/-í, jasne opíšte jej/ich vplyv a dôvod opätovného predloženia návrhu a **pokračovania**. Vysvetlite, ako projekt nadväzuje na minulé kampane.

Okrem toho sa v návrhoch vysvetlí komplementárnosť s inými **prebiehajúcimi súkromnými alebo verejnými činnosťami** vykonávanými inými zainteresovanými stranami, pokiaľ ide o návrh a synergie, ktoré možno vytvoriť a zabezpečiť.

Ak sa vykonávajú iné kampane (spolufinancované EÚ alebo nie) alebo boli nedávno ukončené, uveďte:

- a) názov, cieľové trhy, výrobky a trvanie podobnej/-ých akcie/-í;
- b) dosiahnuté výsledky, ak sú známe v čase predloženia návrhu;
- c) potenciálne synergie a pridanú hodnotu navrhovaného nového programu.

Každý program musí mať takisto **rozmer EÚ**, a to z hľadiska obsahu jeho posolstiev, ako aj vplyvu. Okrem toho musí mať každý program významný rozsah, najmä z hľadiska cezhraničného vplyvu.

Podrobné vysvetlenie požiadaviek týkajúcich sa rozmeru EÚ sa nachádza v prílohe I k tejto príručke a v dokumente s častými otázkami.

V tomto oddiele opíšte všetky výhody vyplývajúce z akcie na úrovni EÚ, čím sa odôvodňuje spolufinancovanie EÚ.

Aký je rozmer EÚ akcie z hľadiska:

- šírenia informácií o európskych výrobných normách, kvalite, normách vysledovateľnosti a bezpečnosti, ktoré sa vzťahujú na európske výrobky, európskych stravovacích návykoch a kultúre,
- zvyšovania informovanosti o európskych výrobkoch u širokej verejnosti a v obchodných odvetviach,
- poskytovania synergií medzi organizáciami vo viac ako jednom členskom štáte,
- pokrytia, ktoré treba chápať ako potenciálny vplyv na pokryté cieľové skupiny a cieľové trhy.

POZNÁMKA: návrh, ktorý sa bude vykonávať len v jednom regióne členského štátu, nebude mať významné pokrytie,

- podpory obrazu európskych výrobkov na medzinárodných trhoch,

- udržateľnosti projektu z hľadiska hospodárskych, sociálnych a environmentálnych aspektov. Ak je to vhodné, zváži sa pridaná hodnota EÚ z hľadiska zamestnanosti.

Žiadateľ/-ia analyzuje/-ú rozmer EÚ predmetného konkrétneho návrhu namiesto toho, aby kopírovali a prilepovali znenia právneho základu alebo výzvy. Neočakáva sa, že návrhy pokryjú všetky aspekty a osobitosti poľnohospodárskych postupov a charakteristík európskych poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov. Môžu sa zamerať na jednu alebo viacero takýchto osobitostí.

Únijný rozmer akcie sa premieta do hlavného posolstva kampane: **posolstva EÚ**.

Žiadatelia navrhnuť hlavné posolstvo EÚ. Navyše môžu navrhnúť jedno alebo viacero vedľajších posolstiev.

Posolstvo EÚ musí odkazovať na Európu vo všeobecnosti, na EÚ, spoločnú poľnohospodársku politiku, právne predpisy EÚ, výrobky EÚ alebo výrobné štandardy EÚ. Žiadatelia jasne opíšu, ako bude návrh šíriť informácie a ako sa pomocou neho bude propagovať jedna alebo viac osobitostí poľnohospodárskej výroby a výrobkov v EÚ, ako sú napríklad bezpečnosť potravín, výsledovateľnosť, pravosť, označovanie, nutričné a zdravotné aspekty, dobré životné podmienky zvierat, ohľad na životné prostredie a udržateľnosť a typické vlastnosti poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov EÚ, najmä pokiaľ ide o ich kvalitu, chuť, rozmanitosť alebo tradície.

Posolstvo EÚ musí byť prispôsobené vybranej téme. Príklad: návrhy predložené v rámci témy týkajúcej sa udržateľnosti vyzdvihujú udržateľnosť poľnohospodárstva Únie a zdôrazňujú jeho prínos pre opatrenia v oblasti klímy a životného prostredia.

Oddiel 2: Kvalita

2.1 Koncepcia a stratégia akcie

Na základe výziev identifikovaných v analýze trhu (uvedenej v oddiele 1.2 časti B) opíšte, ako zamýšľate dosiahnuť ciele akcie, vymedzením **stratégie projektu**.

Zodpovedajte tieto otázky s cieľom odôvodniť výber vašej stratégie vo vzťahu k plánovaným cieľom:

- Vymenujte a opíšte cieľovú/-é skupinu/-y akcie kvantitatívne a kvalitatívne. Ako bude stratégia prispôsobená každej z nich a aký dosah na ňu/ne budú mať rôzne činnosti a kanály akcie? Rozlišujte medzi obchodnými (B2B „business to business“) a spotrebiteľskými (B2C „business to consumers“) činnosťami.
- Opíšte a odôvodnite plánovaný komunikačný mix. Ako sa vyberajú činnosti vo vzťahu k cieľom a cieľovým skupinám? Sú tieto činnosti najvhodnejšie na dosiahnutie cieľov projektu a cieľových skupín? Posilňujú sa navzájom?
- V prípade, že je akcia cielená na viac ako jednu krajinu, ako sa táto stratégia prispôsobí rôznym cieľovým trhom?
- V prípade akcií zameraných na ekonomickú návratnosť: odkiaľ bude pochádzať rast – z celkového zvýšenia spotreby alebo nahradenia iných, podobných výrobkov?
- V prípade, že akciou sa bude propagovať systém alebo informovať o ňom, bude uvedený systém ilustrovaný výrobkom? Ako?

- Vyzdvihnite tvorivé aspekty. Aké kľúčové posolstvá sa použijú? Sú kľúčové posolstvá prispôsobené cieľovým skupinám a/alebo cieľovým trhom? Opíšte plánovaný obsah, formát a zdroj posolstiev.

Návrhy zamerané na vnútorný trh – stravovacie usmernenia na základe potravín (FBDG)⁸

V prípade návrhov na vnútornom trhu sa posolstvá zosúladiť s FBDG v členských štátoch, na ktoré sa kampaň zameriava. Ak sa kampaň týka jedného alebo viacerých výrobkov, pre ktoré sú vo vnútroštátnych usmerneniach uvedené kvalitatívne a kvantitatívne odporúčania týkajúce sa úrovni príjmu, zohľadnia posolstvá kampane tieto odporúčania.

Vo všetkých použitých obrazových informačných a propagačných materiáloch sa okrem toho musí uviesť odkaz na vnútroštátne FBDG cieľového členského štátu/cieľových členských štátov⁹ pre propagovaný výrobok/propagované výrobky.

Usmernenia pre vyváženú a zdravú stravu sa nachádzajú na [názov webového sídla s vnútroštátnymi usmerneniami k stravovaniu, ktoré sa týkajú potravín a nápojov, a kód QR, ak je k dispozícii].

Okrem toho činnosti, ktoré zahŕňajú ako cieľovú skupinu osoby mladšie ako 18 rokov, musia byť v súlade s vnútroštátnymi pravidlami a politikami v oblasti propagácie a reklamy potravín pre deti.

Návrhy zamerané na vnútorný trh a opierajúce sa o posolstvo o správnych stravovacích návykoch alebo zodpovednej konzumácii alkoholu

Tieto návrhy musia preukazovať súlad s príslušnými vnútroštátnymi nariadeniami alebo usmerneniami v oblasti verejného zdravia v členskom štáte, v ktorom sa program bude vykonávať, a poskytnúť o tom odkazy alebo dokumentáciu (pozri aj kapitolu 2.4 tejto príručky).

Kampane zamerané na zodpovedné pitie alkoholu na vnútornom trhu musia okrem toho obsahovať odkaz na národné webové sídlo alebo iné médiá poskytnuté vnútroštátnym zdravotníckym orgánom, na ktorom sa nachádzajú informácie o zodpovednej konzumácii alkoholu alebo rizikách spojených s nezodpovednou konzumáciou alkoholu.

Návrhy propagujúce systémy kvality EÚ (CHOP, CHZP, ZTŠ a ekologické poľnohospodárstvo)

Najmä v prípade projektov na vnútornom trhu zabezpečte, aby sa informačné a propagačné akcie týkajúce sa systémov kvality EÚ zameriavali na systém uvedený

⁸ Viac informácií nájdete na stránke: <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.

v hlavnom posolstve EÚ. Jednotlivé výrobky sa používajú len na ilustráciu systému a objavujú sa ako vedľajšie posolstvo (pričom neoslabujú hlavné posolstvo EÚ).

Návrhy propagujúce vnútroštátne systémy kvality na vnútornom trhu

Zabezpečte, aby sa informačné a propagačné akcie týkajúce sa vnútroštátneho systému kvality zameriavali na systém, a nie na jednotlivé výrobky (t. j. jednotlivé výrobky sa používajú len na ilustráciu systému a objavujú sa ako vedľajšie posolstvo, pričom neoslabujú hlavné posolstvo EÚ).

Návrhy uvádzajúce pôvod a obchodné známky

Konkrétnejšie ak sa v posolstvách uvádzajú pôvod výrobkov, v návrhoch sa uvedie, akým spôsobom sa rieši pôvod (pozri pravidlá o uvádzaní pôvodu vymedzené v článkoch 2 až 4 nariadenia 2015/1831, ako aj článok 18 dohody o grante a jeho prílohu 5).

V prípade, že sa počas akcie plánuje zobrazenie obchodných značiek, žiadatelia by sa mali riadiť podmienkami, za ktorých môžu byť značky propagované, uvedenými v nariadení 2015/1831 (články 6, 7 a 8), ako aj v článku 18 dohody o grante a jeho prílohe 5. Žiadatelia uvedú, koľko značiek sa bude uvádzať.

- V súlade s článkom 5 ods. 4 nariadenia 2015/1831: odôvodnite, prečo je uvedenie obchodnej značky potrebné na dosiahnutie cieľov a ako sa týmto krokom neoslabí hlavné posolstvo EÚ.
- V prípade, že je zobrazených menej ako 5 obchodných značiek, poskytnite odôvodnenie, ktoré spĺňa tieto požiadavky:
 - a) v členskom štáte pôvodu navrhujúcich organizácií existuje menej obchodných značiek vzhľadom na výrobok alebo systém, na ktoré sa akcia vzťahuje;
 - b) z náležite opodstatnených dôvodov nebolo možné združiť viac partnerov, čím by sa umožnilo zobrazenie viacerých obchodných značiek. V takom prípade sú žiadatelia povinní predložiť náležité odôvodnenie a príslušné informácie vrátane zoznamu iných organizácií, ktoré boli oslovené a ktorým žiadateľ/-ia predložil/-i návrh na vytvorenie širšej akcie zameranej na viacero výrobkov alebo viacero krajín a s uvedením dôvodov, prečo takáto akcia nebola prijatá/navrhnutá.

2.2 Zriadenie konzorcia

Neuplatňuje sa. Na tento oddiel sa vzťahuje časť A formulára žiadosti. Z vašej strany nie je potrebné nič dopĺňať.

2.3 Projektové tímy, zamestnanci a subdodávatelia

Žiadatelia musia v tomto oddiele preukázať náležitú odbornú kvalifikáciu potrebnú na vykonanie akcie.

Vyplňte tabuľku s menami a funkciou projektového tímu (zamestnanci započítaní do rozpočtovej kategórie A), ktorí sú primárne zodpovední za koordináciu a/alebo vykonávanie navrhovanej akcie, pričom uveďte ich funkciu a stručne opíšte ich úlohu v projekte.

Ako dôkaz musia byť v prílohách poskytnuté tieto informácie:

- V prílohe „Životopisy“ sa predložia životopisy vo formáte Europass (pozri oddiel 5 výzvy na predkladanie návrhov). Vymenuje sa projektový manažér, ktorý má aspoň 3-ročné skúsenosti s projektovým riadením.

V tomto oddiele musia byť opísané vonkajšie zdroje. V prípade, že žiadatelia nemajú interne potrebné zdroje, môžu sa obrátiť na vyslaných pracovníkov, subdodávateľov, prepojené subjekty atď.

Uvedte všetky vonkajšie zdroje a opíšte vnútorný postup výberu subdodávateľov, ktorý zabezpečí **najlepší pomer ceny a kvality** a zároveň zabráni situáciám, v ktorých sa predpokladá vznik **konfliktu záujmov**. Poskytnite rovnaké informácie nezávislým orgánom zodpovedným za hodnotenie.

V prípade, že sa predpokladá finančná podpora tretím stranám, stručne vysvetlite úlohu prepojených subjektov podľa tohto oddielu a podrobnejšie informácie v oddiele 6 časti B. V prípade, že suma na tretiu stranu bude vyššia ako maximálna suma stanovená vo výzve na predkladanie návrhov, túto potrebu odôvodnite.

2.4 Riadenie konzorcia a mechanizmy rozhodovania

V prípade viacerých žiadateľov opíšte štruktúru riadenia, ich príslušné povinnosti a úlohy v konzorciu a mechanizmy rozhodovania v rámci konzorcia.

Podrobne opíšte, ako sa budú prijímať rozhodnutia a ako sa zabezpečí pravidelná a účinná komunikácia v rámci konzorcia.

Príslušné informácie sa predložia aj v prípade návrhov, ktoré predkladá len jedna navrhujúca organizácia.

2.5 Projektové riadenie, kontrola kvality a monitorovanie – stratégia hodnotenia

V prvej časti tohto oddielu opíšte interné projektové riadenie. Opíšte, ako zabezpečíte, že sa akcia vykoná včas a v rámci určeného rozpočtu a že sa splnia jej ciele.

Presne vymedzte rozdelenie úloh medzi subdodávateľmi (vykonávajúcimi/hodnotiacimi orgánmi) a žiadateľmi. Opíšte internú koordinačnú stratégiu z hľadiska postupov/prístupov k riadeniu rôznych partnerov, ak existujú, a subdodávateľov v záujme účinného prevádzkového riadenia programu.

Aké sú mechanizmy kontroly kvality? Ako budete dohliadať na prácu subdodávateľov? Ako budete sledovať kvalitu výstupov a dodržiavanie ich harmonogramov?

Napr. ako zabezpečíte, aby sa akcia vykonávala tak, ako sa predpokladá, ak bude výkonnosť subdodávateľa nedostatočná?

Ako dôkaz prevádzkovej spôsobilosti navrhujúcej/-ich organizácie/-í sa k návrhu pripoja tieto dokumenty (oddiel 7 výzvy na predkladanie návrhov):

- Minuloročná správa o činnosti navrhujúcej/-ich organizácie/-í sa predkladá v rámci prílohy „Doplňujúce informácie“.
- Zoznam všetkých projektov financovaných EÚ a vykonaných počas posledných troch rokov s uvedením predchádzajúcich projektov, v prípade ktorých je návrh pokračovaním, sa zahrnie buď do tohto oddielu, alebo sa uvedie v prílohe „Doplňujúce informácie“.

POZNÁMKA (špeciálne pre jednoduché programy): V prípadoch, keď žiadatelia navrhnu vykonávanie určitých častí návrhu, musí sa poskytnúť dôkaz, že samotná organizácia má aspoň trojročné skúsenosti s vykonávaním podobných informačných a propagačných akcií.

V druhej časti oddielu s názvom „Metódy hodnotenia a ukazovatele projektu“ podrobne opíšte metodiku merania dosiahnutia všetkých cieľov akcie. Štúdiu hodnotiacu výsledok projektu vykoná externý orgán nezávislý od navrhujúcej organizácie alebo navrhujúcich organizácií a od vykonávajúceho orgánu.

Spresnite, kedy sa vykonajú hodnotenia [na konci akcie (povinné) alebo na konci každého roka vykonávania akcie].

Príloha III k tejto príručke obsahuje príklady metodík, ktoré možno použiť na meranie **ekonomickej návratnosti**, ako aj vplyvu na celkovú informovanosť, **informačnej návratnosti**. Na ich meranie možno použiť aj iné metodiky. Cieľom navrhovaných metodík je však stanoviť minimálnu kvalitu hodnotení a zosúladiť hodnotenia a stanovenie cieľov pre rôzne akcie.

Uvedte zoznam **ukazovateľov výstupov, výsledkov a vplyvu** vyplnením tabuliek: použite ukazovatele uvedené v článku 22 a prílohe I k vykonávaciemu nariadeniu Komisie (EÚ) 2015/1831.

Môžete použiť aj podobné ukazovatele, ak sú vhodnejšie a náležite odôvodnené.

- **Ukazovatele výsledkov** by mali byť **prepojené s plánovanými pracovnými balíkmi a výstupmi** uvedenými v oddiele 4 časti B.
- **Ukazovatele vplyvu** by mali byť **úzko prepojené s konkrétnymi cieľmi akcie** (uvedenými v oddiele 1.2 časti B).

Keďže očakávaným konečným vplyvom kampaní je zvýšiť konkurencieschopnosť a spotrebu agropotravinárskych výrobkov EÚ:

Každý návrh programu by mal obsahovať aspoň **jeden ukazovateľ vplyvu**, ktorý ukazuje zmenu v predaji alebo vývoze propagovaného/-ých výrobku/-ov **vyjadrenú v EUR**, alebo ak je to vhodné, zmenu v informovanosti spotrebiteľov alebo ich vedomostiach o systémoch kvality Únie.

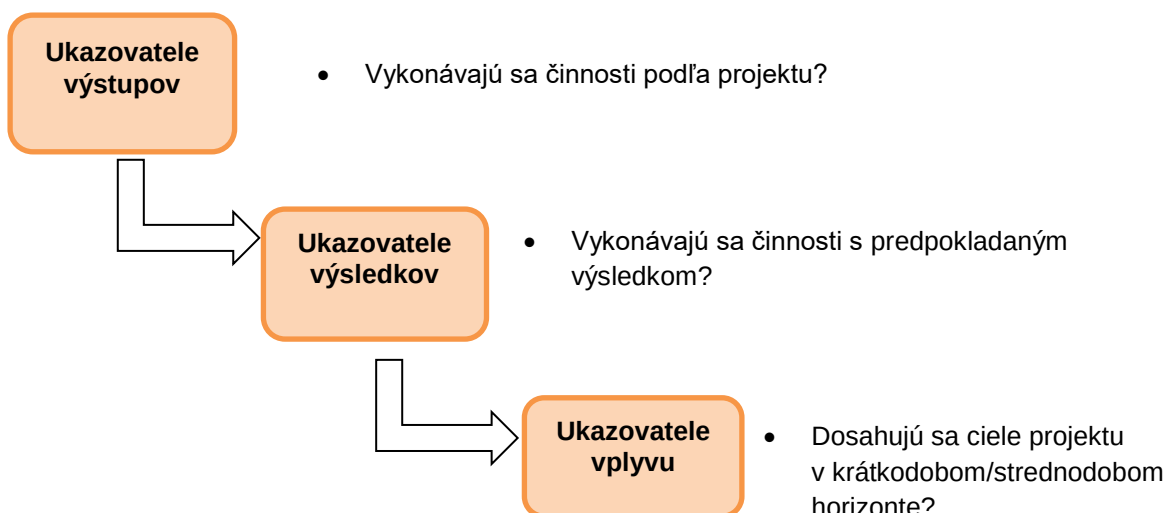
S cieľom preukázať kvalitu navrhovaných metód a ukazovateľov hodnotenia uvedte podrobnosti o:

- základnom scenári alebo, ak neexistuje, o tom, ako sa vytvorí základný scenár,
- cieľových hodnotách plánovaných ukazovateľov.

Hodnotenie výsledkov akcie by nemalo byť zamerané len na dobré vykonanie akcie. Aj akcia, ktorá bola vykonávaná podľa plánu, môže mať malý vplyv.

Napríklad to, že sa počas ochutnávok na miestach predaja návštevníkom rozdalo 10 000 brožúr, potvrdzuje, že činnosť sa vykonala podľa návrhu. Nie je to však dôkazom o dosiahnutí cieľov akcie, ktoré budú spojené so zmenami v informovanosti alebo náraste predaja. Počet distribuovaných brožúr predstavuje ukazovateľ výstupu.

Vzťah medzi ukazovateľmi výstupov, výsledkov a vplyvu môže byť vyjadrený takto:



2.6 Nákladová účinnosť a finančné riadenie

Táto časť by mala zahŕňať dva aspekty.

Stručne opíšte, ako sa navrhované výsledky a ciele akcie dosiahnu nákladovo najúčinnnejším spôsobom.

Potom uveďte, ako sa bude akcia financovať a ako sa budú finančné zdroje prideľovať a riadiť v rámci konzorcia.

Žiadatelia sú povinní uviesť výsledok vlastnej kontroly finančnej životaschopnosti a vyjadriť sa k nemu¹⁰. Najmä ak je výsledok „slabý“, vysvetlite, ako bude zabezpečená likvidita (okrem predbežného financovania), napr. z vlastných zdrojov alebo bankovým úverom. Takisto uveďte, či sa predpokladajú finančné príspevky členov organizácie.

Ak je to vhodné, uveďte zdroje a sumy prijatého (alebo žiadaného) financovania z prostriedkov Únie na rovnakú akciu alebo časť akcie alebo na vaše fungovanie (grant na prevádzku) počas posledných troch finančných rokov.

Ak plánujete predložiť viacero žiadostí v rámci tejto výzvy na predkladanie návrhov, ktoré by sa mohli vykonávať súčasne, uveďte aj informácie o tom, ako by sa mohlo zaistiť vykonávanie, ak by sa na financovanie schválila viac ako jedna žiadosť, ako aj informácie o možných úsporách (napr. použitie rovnakého nástroja na rôzne kampane).

Vysvetlite najmä z hľadiska:

a) **prevádzkovej spôsobilosti:** Ako zabezpečíte dostatočnú prevádzkovú spôsobilosť a zamestnancov na dosiahnutie cieľov navrhovaných akcií? (Na tento aspekt sa môžete odkázať v oddiele 2.3 vášho návrhu.)

b) **finančnej spôsobilosti:** Ako zabezpečíte správne finančné riadenie a náležitú likviditu na splnenie platobných záväzkov voči subdodávateľom za projekty prebiehajúce súčasne?

¹⁰ Všetci žiadatelia museli vykonať vlastnú kontrolu finančnej životaschopnosti prostredníctvom: <https://ec.europa.eu/research/participants/lfv/lfvSimulation.do>.

2.7 Riadenie rizík

Opíšte riadenie rizík, ktoré sa zavedie: vysvetlite identifikované riziká, reakcie na riziká a nástroje riadenia rizík.

Ktoré riziká sú spojené s vykonávaním akcie (napríklad v súvislosti s osobitnými neistotami alebo obmedzeniami na trhu cieľovej tretej krajiny)? Pomocou tabuľky uvedenej vo vzore zaradte riziká podľa druhu rizika, napríklad finančné, politické, trhové atď. Ako sa budú riešiť, aké zmierňujúce opatrenia sa zavedú? Aký je potenciálny vplyv rizík a aká je ich pravdepodobnosť? Zaradte riziká do kategórií podľa ich pravdepodobnosti a vplyvu (vysoké, stredné, nízke).

Oddiel 3: Vplyv

3.1 Vplyv a očakávaná návratnosť

Definujte krátkodobý, strednodobý/dlhodobý vplyv projektu na úrovni EÚ. Opíšte potenciál akcie na zvýšenie informovanosti, dopytu a/alebo podielu na trhu a to, ako a do akej miery budú mať z projektu prospech iné subjekty EÚ.

Vzhľadom na to, že očakávanou konečnou návratnosťou kampaní je zvýšenie konkurencieschopnosti a spotreby výrobkov EÚ, **navrhovaná úroveň investícií musí byť odôvodnená ich očakávanou návratnosťou.**

Odôvodnenie úrovne investície musí byť založené na ekonomickej návratnosti a/alebo informačnej návratnosti:

- **Ekonomická návratnosť** by mala byť zvyčajne odhadnutá na úrovni navrhujúcej organizácie alebo na vnútroštátnej úrovni. Akcie zamerané na ekonomickú návratnosť, napríklad tie, ktorých cieľom je zvýšenie podielov výrobkov EÚ na trhu, by mali obsahovať odhad návratnosti v absolútnom peňažnom vyjadrení, t. j. hodnotu v EUR.

Podobne ako pri prístupe k hodnoteniu po akcii by vyčíslený cieľ mal byť zameraný na vylúčenie vonkajších vplyvov s cieľom identifikovať účinok/-y priamo pripísateľný(-é) akcii. Tento odhad by nemal byť len jednoduchým porovnaním číselných údajov pred kampaňou a po nej. Mal by byť upravený napríklad o existujúce trhové trendy, ktoré by sa vyskytli aj bez akcie. Viac informácií o metodikách, ktoré by sa mohli použiť na výpočet týchto číselných údajov, je uvedených v prílohe III k tejto príručke.

- Akcie zamerané na **informačnú návratnosť**, napríklad akcie zamerané najmä na zvýšenie informovanosti, by mali obsahovať vyčíslenie príslušného očakávaného vplyvu v počtoch ľudí, ktorí získali nové znalosti/zmenili názor. Počet účinne zasiahnutých ľudí predstavuje ukazovateľ vplyvu na informovanosť. Príloha III k tejto príručke obsahuje viac informácií o metodických požiadavkách.

V návrhoch sa uvedie základný scenár, aby bolo možné odhadnúť vplyv projektu v porovnaní so scenárom bez uskutočnenia projektu.

POZNÁMKA:

- Pre akciu sa uvedie očakávaná návratnosť investície vypočítaná na úrovni navrhujúcej/-ich organizácie/-í a/alebo jej/ich členského/-ých štátu/-ov (nie na úrovni EÚ).
- V prípade viac ako jednej cieľovej krajiny by mali byť očakávané návratnosti rozčlenené podľa cieľových trhov/krajín.
- V návrhoch by sa malo preukázať, že očakávaná návratnosť je realistická.

3.2 Komunikácia, šírenie a viditeľnosť

Neuplatňuje sa.

3.3 Udržateľnosť a pokračovanie

Opíšte následnú kontrolu projektu po ukončení financovania z prostriedkov EÚ. Ako zachováte vplyv projektu a ako budú využité výsledky kampane z dlhodobého hľadiska a prípadne aj nad rámec financovania z prostriedkov EÚ.

V tomto oddiele žiadatelia preukážu potenciál projektu zaistiť udržateľný hospodársky a sociálny vplyv, ako aj potenciál **prispieť k udržateľnej výrobe a/alebo spotrebe**. Pozn.: Tieto aspekty nie je potrebné vyčíslieť.

Oddiel 4: Činnosti, pracovné balíky, načasovanie a využívanie subdodávateľov

Oddiel 4 časti B je určený na opis projektových činností. Vo formulári žiadosti je táto časť v samostatnom oddiele. Mali by ste však zvážiť, že jej hodnotenie sa vykonáva hlavne podľa kritéria pridelenia grantu v oblasti kvality.

Opis tohto oddielu by mal zahŕňať opis činností aj podrobnú analýzu súvisiaceho rozpočtu.

Plánované činnosti sa zoskupia do pracovných balíkov. V pracovnom balíku sa zoskupujú všetky činnosti a súvisiace výstupy, na ktoré sa vzťahuje jeden hlavný riadok podrobného rozpočtu, napr. koordinácia projektu, vzťahy s verejnosťou, podujatia, hodnotenie atď.

Žiadatelia by mali štandardne uviesť dva povinné pracovné balíky:

Koordinácia projektu a hodnotenie

Žiadatelia musia opísať akcie vykonané na riadenie projektu a na zabezpečenie jeho vykonávania podľa plánu v činnosti „Koordinácia projektu“.

Pokiaľ ide o kombinované projekty, v rámci tohto pracovného balíka by sa malo naplánovať úvodné stretnutie s agentúrou a príjemcami, počas ktorého agentúra vysvetlí vzor dohody o grante, finančné riadenie grantu a požiadavky na podávanie správ, ako aj využívanie nástrojov IT na riadenie grantov.

Výstup je fyzický výstup z činnosti, napríklad seminár, akcia na predajných miestach atď. Miera podrobnosti informácií v opise činností a rozpočtu by mala odpovedať na tieto otázky: kto, čo, kedy, kde, prečo? Ich opis má byť dostatočne podrobný na to, aby bolo možné odhadnúť ich nákladovú efektívnosť.

Odhadované náklady by sa mali uvádzať na úrovni výstupov použitím „nákladov podľa druhu výstupu“.

V prípade každej činnosti je dôležité vysvetliť, prečo je táto činnosť plánovaná (podľa cieľov), vymedziť cieľovú/-é skupinu/-y a jej/ich veľkosť, obdobie vykonávania, kde sa činnosť bude organizovať, a predložiť rozdelenie ročných nákladov.

Príklady:

- V prípade seminárov: pri prezentácii by sa mali uviesť podrobné informácie o mieste konania, programe, účastníkoch, očakávanom výsledku atď.
- Pokiaľ ide o mediálne kampane: pri prezentácii by sa mali uviesť podrobné informácie týkajúce sa celkového rozpočtu investovaného do výroby a distribúcie reklamy (t. j. „media buy“ vrátane ročných zliav), ako aj načasovania kampane. Nie je potrebné uvádzať podrobné informácie o názvoch publikácií a televíznych staniciach. Informácie ako pokrytie, dosah, frekvencia, body hrubej sledovanosti (Gross Rating Points – GRP) pre zasiahnuté cieľové skupiny by sa však mali uviesť ako ukazovateľ rozsahu kampane.
- V prípade činností súvisiacich s webovým sídlom/sociálnymi médiami: v prezentácii by sa mali uviesť podrobné informácie o funkciách, ktoré sa majú vyvinúť, vrátane plánovaného konkrétneho digitálneho obsahu. Mali by takisto uviesť informácie o požadovanom raste publika a účasti (údaje o návštevníkoch stránok, sledovateľoch účtov, počet nahraných obsahov atď.), ako aj údaje o sledovanom rozsahu činností.

Žiadatelia by mali takisto uviesť, kto bude vykonávať jednotlivé činnosti – subdodávatelia (vykonávacie orgány), prepojené subjekty alebo navrhujúca organizácia (v prípade viacerých navrhujúcich organizácií treba uviesť, ktorá z nich bude vykonávať ktorú činnosť), pričom by malo uviesť presné rozdelenie práce medzi žiadateľom a ostatnými zapojenými subjektmi.

Analýza rozpočtu musí byť dostatočne podrobná: s použitím **odhadovaných nákladov** na každý výstup.

Vzorový opis činností a odôvodnenie rozpočtu sa použije pre všetky pracovné balíky, ktorých vykonávanie sa plánuje.

Upozorňujeme, že k vášmu návrhu by mal byť pripojený **celkový rozpočet akcie** podľa pracovných balíkov („**podrobná rozpočtová tabuľka**“), vytvorený použitím vzoru poskytnutého v systéme.

Pri vyplňaní častí „odhadovaná analýza rozpočtu“ a ich zohľadňovaní v podrobnej rozpočtovej tabuľke vezmite do úvahy niekoľko tipov:

- Náklady na „1. koordináciu projektu“ zahŕňajú čas, ktorý zamestnanci (a zúčastnené osoby) pracujú pre príjemcu a sú zodpovední za koordináciu, konkrétne spoluprácu s riadiacim orgánom, spoluprácu medzi partnermi a subdodávateľmi. Kľúčové úlohy nemožno zadať subdodávateľom, ani ich nemožno delegovať na žiadneho iného spolupríjemcu (pozri bod 1.2.3). Tento

pracovný balík sa vzťahuje len na náklady navrhujúcej/-ich organizácie/-í, a nie subdodávateľov, ktorých náklady by sa mali zahrnúť do nákladov na jednotlivé činnosti. Odhadovaný počet osobodní pre činnosti vykonávané žiadateľmi a ich sadzby sa jasne odôvodnia.

- Ostatné náklady na koordináciu projektu pokrývajú najmä cestovné náklady. Ostatné priame náklady na služby, ako sú neodpočítateľná DPH, osvedčenie o audite, banková záruka, odpisy atď., sa zaznamenajú v časti „Ostatné oprávnené náklady PO“ v prílohe „Podrobná rozpočtová tabuľka“.
- Náklady na „2. vzťahy s verejnosťou“ by mali zahŕňať všetky činnosti súvisiace s priebežnou kanceláriou PR, tlačovými podujatiami: práca s ovplyvňujúcimi subjektmi, zostavovanie adresárov novinárov/bloggerov, navrhovanie a uverejňovanie tlačových správ¹¹, prehľadov, organizovanie rozhovorov alebo podujatí, navrhovanie a náklady na skrytú reklamu, príprava a rozosielanie spravodajov, získavanie a analýza zmienok v médiách atď.
- Náklady na „3. Webové sídlo, sociálne médiá“ by mali zahŕňať tvorbu, prepracovanie, aktualizáciu a údržbu webového/-ých sídla/-iel a účtov na sociálnych médiách. Mohli by sa zahrnúť aj činnosti správy komunity.
- Náklady na „4. Reklama“:
 - online reklama sa uvedie pod týmto podnadpisom, a nie v nákladoch pod „3. Webové sídlo, sociálne médiá“.
 - Tlačová reklama nezahŕňa reklamné články, ktoré by mali byť uvedené v rámci oddielu „Vzťahy s verejnosťou“ (pozri predchádzajúci text); zahŕňa inzerciu v časopisoch alebo novinách.
 - Náklady spojené so sponzorstvom v TV sa zahrnú do bodu „4. Reklama“
- Reklama v miestach predaja sa zahrnie do bodu „7. Propagácia na mieste predaja“
- Náklady na „7. Propagácia na mieste predaja“: v prípade degustačných dní by malo byť množstvo a **náklady na vzorky produktov na deň odôvodnené**; jednotkové náklady by mali zodpovedať **výrobným nákladom** plus preprava, a nie maloobchodným cenám takýchto výrobkov.
- V bode „8. Iné činnosti“ možno spomenúť akékoľvek iné činnosti súvisiace s návrhom, ktoré nie sú zahrnuté v iných uvedených bodoch.
- Náklady na „9. Hodnotenie výsledkov“: zahŕňa všetky náklady súvisiace s externým hodnotením.

Náklady na činnosti musia byť v súlade s opismi výstupov a musia byť porovnateľné s trhovými sadzbami v cieľovej/-ých krajine/-ách.

Žiadatelia starostlivo skontrolujú, či nie sú v predloženom návrhu zahrnuté rozpočtové chyby, a to vo všetkých predložených dokumentoch.

¹¹ Vydávanie tlačových správ by sa malo zamerať na komunikáciu o pripravovaných činnostiach a očakávaných výsledkoch projektu. Žiadatelia neplánujú vo svojom návrhu tlačové správy s jediným účelom oznámiť podpísanie grantu a prijatie financovania z prostriedkov EÚ.

Uvedte **časový harmonogram projektu**: pri príprave tohto harmonogramu nezabudnite na to, že vykonávanie akcií sa môže oneskoriť až o 6 mesiacov, pokiaľ ide o dátum podpísania dohody o grante.

2.4. Prílohy k žiadosti

Aby bola žiadosť úplná, je potrebné nahráť tieto prílohy (príslušné vzory budú k dispozícii v nástroji na predkladanie návrhov portálu financovania a ponúk, hneď ako začnete vypracúvať svoju žiadosť):

Názov prílohy	Vzor	Jazyková požiadavka	Pripomienky
Podrobná rozpočtová tabuľka	Áno	Môžu byť predložené v akomkoľvek úradnom jazyku EÚ, preklad nie je potrebný	<i>Príloha 1 k časti B</i>
Životopisy	Nie	Môžu byť predložené v akomkoľvek úradnom jazyku EÚ. Pokiaľ možno v angličtine a vo formáte Europass	<i>Príloha 2 k časti B</i> Pozri oddiel 2.3
Doplňujúce informácie	Nie	Môžu byť predložené v akomkoľvek úradnom jazyku EÚ, preklad nie je potrebný	<i>Príloha 3 k časti B</i> Sprievodné dokumenty týkajúce sa: - správy o činnosti a zoznamu všetkých projektov financovaných z prostriedkov EÚ počas posledných troch rokov (pozri oddiel 5 výzvy na predkladanie návrhov) - uznávanie národných systémov kvality, certifikácie v oblasti udržateľnosti alebo informácií týkajúcich sa správnych stravovacích návykov a zodpovednej konzumácie alkoholu (pozri podmienky uvedené v oddiele 6 výzvy na predkladanie návrhov).
Informácie o reprezentatívnosti A Informácie o právnickej osobe	Áno	Môžu byť predložené v akomkoľvek úradnom jazyku EÚ. Podľa možnosti sprevádzané anglickým prekladom a v prípade informácií o právnickej osobe aspoň zhrnutím v angličtine	<i>Príloha 4 k časti B</i> Pozri požiadavky uvedené vo výzve na predkladanie návrhov a v prílohe II k tejto príručke. Spolu so sprievodnými dokumentami uvedenými ďalej.
Identický text časti B v anglickom jazyku	Áno	V angličtine	<i>Príloha 5 k časti B</i> Pozri oddiel 1.2.2 tejto príručky

Na posúdenie oprávnenosti žiadateľov sa vyžadujú tieto sprievodné dokumenty spolu s informáciami o reprezentatívnosti:

- v prípade súkromných subjektov: výpis z úradného vestníka, kópia stanov/štatútov, výpis z obchodného registra alebo registra združení, potvrdenie o vzniku daňovej povinnosti (ak je v danej krajine číslo obchodného registra a identifikačné číslo pre DPH totožné, vyžaduje sa len jeden z týchto dokumentov),
- v prípade verejných subjektov: kópia uznesenia alebo rozhodnutia o založení verejnoprávnej spoločnosti alebo iný úradný dokument, ktorým sa zakladá verejnoprávny subjekt,
- v prípade subjektov, ktoré nemajú právnu subjektivitu: dokumenty preukazujúce, že ich zástupca/-ovia je/sú oprávnený/-í prijímať právne záväzky v ich mene.

V neskoršej fáze sa bude od žiadateľov, ktorí úspešne prejdú prvou fázou hodnotenia, požadovať predloženie týchto finančných dokumentov:

Názov prílohy	Vzor	Jazyková požiadavka	Pripomienky
Ročná účtovná závierka	Nie	Môžu byť predložené v akomkoľvek úradnom jazyku EÚ, preklad nie je potrebný	Súvaha a výkaz ziskov a strát za posledný uzatvorený účtovný rok
Podnikateľský plán (novovzniknuté subjekty)	Nie	Môžu byť predložené v akomkoľvek úradnom jazyku EÚ, preklad nie je potrebný	Ak neexistuje ročná účtovná závierka
Správa o audite alebo vlastné vyhlásenie ¹² v prípade navrhujúcich organizácií žiadajúcich o grant >750 000 EUR	Nie	Môžu byť predložené v akomkoľvek úradnom jazyku EÚ, preklad nie je potrebný	Pozri odsek ďalej

Správa o externom audite alebo vlastné vyhlásenie

Od účastníka, ktorý žiada o príspevok z prostriedkov EÚ vo výške viac ako 750 000 EUR (prahová hodnota na každého žiadateľa), sa bude požadovať, aby poskytol:

- audítorskú správu vydanú schváleným externým audítorom, ktorou sa osvedčuje účtovná závierka za posledný dostupný finančný rok, ak je takáto správa k dispozícii a štatutárny audit sa vyžaduje podľa právnych predpisov EÚ alebo vnútroštátnych právnych predpisov,

alebo

- vlastné vyhlásenie podpísané splnomocneným zástupcom žiadateľa, ktorým sa potvrdzuje platnosť jeho účtov za posledný finančný rok. K vlastnému vyhláseniu musia byť priložené právne dokumenty preukazujúce totožnosť právneho zástupcu a jeho oprávnenosť podpisovať listiny v mene účastníka.

¹² Vzor vlastného vyhlásenia:

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

Toto ustanovenie sa nevzťahuje na verejné subjekty.

3. HODNOTENIE A VÝSLEDKY

Všetky návrhy, ktoré prijala výkonná agentúra prostredníctvom systému elektronického predkladania návrhov, prechádzajú viacúrovňovým postupom hodnotenia z hľadiska viacerých kritérií oznámených vo výzve (oddiely 6 až 9): kritériá oprávnenosti, vylúčenia, výberu a pridelenia grantu.

Pri hodnotení návrhov sa zaručuje najvyššia dôvernosť.

Po predložení návrhu agentúra nekontaktuje žiadateľa dotedy, kým sa návrh nevyhodnotí, s výnimkou prípadov, keď:

- samotná agentúra musí kontaktovať žiadateľa s cieľom objasniť otázky ako napríklad oprávnenosť alebo požiadať o doplňujúce informácie týkajúce sa akejkoľvek inej časti návrhu v medziach príslušných ustanovení nariadenia o rozpočtových pravidlách EÚ (vyjasnenia sa môžu vyžadovať s cieľom lepšie pochopiť prvky predložených návrhov alebo sprievodných dokumentov; nesmú však viesť k podstatným zmenám návrhu),
- žiadateľ podal sťažnosť týkajúcu sa postupu predkladania návrhov (pozri doplňujúce usmernenia o predkladaní návrhov na portáli financovania a ponúk).

Agentúra bude v súvislosti s posúdením finančnej spôsobilosti kontaktovať žiadateľov, ktorí úspešne prejdú prvými fázami hodnotenia. V prípade kombinovaných programov budú žiadatelia navyše oslovení aj v súvislosti s overením ich právnickej osoby.

3.1. Prehľad procesu hodnotenia

Všetky kritériá a povinné sprievodné dokumenty sú uvedené v príslušnej výzve na predkladanie návrhov. Pozorne si prečítajte tieto kritériá.

Návrhy, ktoré nespĺňajú ktorékoľvek z týchto kritérií, budú vylúčené v danej fáze procesu hodnotenia.

Pokiaľ ide o kritériá pridelenia grantu, doplňujúce informácie môžete nájsť v prílohe I k tejto príručke.

Kvalita návrhov sa posúdi podľa kritérií a čiastkových kritérií uvedených v tejto prílohe, pričom sa stanoví aj prahová hodnota pre každé z hlavných kritérií pridelenia grantu.

Uchádzačom sa dôrazne odporúča venovať osobitnú pozornosť čiastkovým kritériám pridelenia grantu a zaoberať sa nimi vo svojom návrhu.

3.2. Výsledok

Po vyhodnotení sa všetky oprávnené návrhy zoradia podľa celkového počtu bodov pridelených v rámci hodnotenia kritérií pridelenia grantu. Na spolufinancovanie sú oprávnené len návrhy, ktoré spĺňajú všetky prahové hodnoty. Návrhu/-om s najvyšším počtom bodov sa prideliť spolufinancovanie v závislosti od dostupnosti rozpočtu.

Pre každú z prioritných tém uvedených v príslušnej výzve sa zostaví osobitný poradový zoznam.

Okrem toho sa vypracuje rezervný zoznam návrhov v prípade, že počas roka bude k dispozícii viac rozpočtových prostriedkov.

V prípade kombinovaných programov budú všetci uchádzači – či už úspešní alebo neúspešní – po ukončení hodnotenia informovaní o výsledkoch prostredníctvom portálu financovania a ponúk.

V prípade jednoduchých programov budú príslušné vnútroštátne orgány informovať žiadateľov po tom, ako Európska komisia rozhodne o výbere/zamietnutí návrhov.

PRÍLOHY

Príloha I: Doplnujúce informácie o kritériách pridelenia grantu

Príloha II: Informácie o reprezentatívnosti/právnickej osobe

Príloha III: Metodické návrhy na výpočet výnosov *ex post*

Dodatočné informácie o kritériách na vyhodnotenie návrhov

Ako sa uvádza v texte výzvy, časť B žiadosti slúži na vyhodnotenie návrhu vzhľadom na kritériá hodnotenia.

Každý návrh sa vyhodnotí podľa kritérií a čiastkových kritérií uvedených v nasledujúcej tabuľke, pričom sa stanoví aj prahová hodnota pre každé z hlavných kritérií hodnotenia. Pri posudzovaní kvality návrhov sa musia zohľadniť tieto čiastkové kritériá:

KRITÉRIÁ	ČIASTKOVÉ KRITÉRIÁ
1. <u>RELEVANTNOSŤ</u>	Max. počet bodov: 25 Prahová hodnota: 15
(a) relevantnosť navrhovaných informačných a propagačných opatrení vo vzťahu ku všeobecným a konkrétnym cieľom uvedeným v článku 2 nariadenia (EÚ) č. 1144/2014, zámery uvedené v článku 3 tohto nariadenia, ako aj priority, ciele a očakávané výsledky oznámené v rámci príslušnej tematickej priority	- Návrh je v súlade s konkrétnymi cieľmi a zámermi stanovenými v právnom základe a adekvátne rieši vybranú tematickú prioritu a tému výzvy na predkladanie návrhov. - Príslušné aspekty sú náležite prevedené do stratégie, činností a posolstiev programu.
(b) prínos navrhovaného informačného a propagačného projektu vzhľadom na ciele environmentálnych a klimatických ambícií SPP, Zelené dohody a stratégie „z farmy na stôl“, najmä pokiaľ ide o udržateľnosť výroby a spotreby V prípade návrhov zameraných na vnútorný trh, zosúladienie s cieľmi európskeho plánu na boj proti rakovine, predovšetkým s podporou prechodu na stravovanie najmä na báze rastlín s menšou konzumáciou červeného a spracovaného mäsa ¹ a iných potravín súvisiacich s rizikom vzniku rakoviny (napr. alkoholických nápojov).	- Projekt účinne prispieva k environmentálnym a klimatickým ambíciám spoločnej poľnohospodárskej politiky, najmä pokiaľ ide o udržateľnosť výroby a spotreby (Zelená dohoda a stratégia „z farmy na stôl“). - Projekty zamerané na vnútorný trh sú zosúladiené s cieľmi európskeho plánu na boj proti rakovine, predovšetkým na podporu prechodu na stravovanie najmä na báze rastlín s menšou konzumáciou červeného a spracovaného mäsa a iných potravín súvisiacich s rizikom vzniku rakoviny (napr. alkoholických nápojov). - Projekty vykonávané na vnútornom trhu sú prepojené s výživovými odporúčaniami na základe potravín cieľového členského štátu.
(c) kvalita a relevantnosť analýzy trhu	- Analýza trhu sa vzťahuje na cieľové trhy návrhu; je založená na spoľahlivých údajoch z výskumu trhu a/alebo údajoch o dovoze/vývoze, ktoré sa uviedli v návrhu. - V analýze trhu sa poukazuje na trendy a výzvy, ktoré sa budú v rámci programu riešiť: sú uvedené v ucelenej analýze SWOT. - V analýze trhu sa opisuje konkurenčné postavenie navrhujúcich subjektov a výrobcov, ktoré sa majú uvádzať na trh, iných dodávateľov z EÚ, ako aj ich konkurentov z tretích krajín.

¹ Podľa Stratégie Z farmy na stôl červené mäso je hovädzie, bravčové, jahňacie a kozie mäso, ako aj všetky spracované mäsa.

	• V analýze trhu sa identifikujú a náležite popisujú cieľové skupiny programu. • V analýze trhu sa opisuje štruktúra a fungovanie distribučných a maloobchodných kanálov. • Pokiaľ ide o trhy tretích krajín, je uvedený odkaz na dovoznú podmienku, akými sú colné a necolné prekážky.
(d) súdržnosť stratégie programu, cieľov a kľúčových posolstiev	• Ciele programu sú v súlade s analýzou trhu a analýzou SWOT. • Ciele programu sú konkrétne, merateľné, dosiahnuteľné, realistické a časovo ohraničené (SMART). • V stratégii sa riešia výzvy zistené v rámci analýzy trhu a je v súlade s cieľmi programu. • V prípade pokračovania predchádzajúcich spolufinancovaných kampaní je jasne opísaný vplyv predchádzajúcich kampaní a dôvod pokračovania. • Stratégia a kľúčové posolstvá sú prispôbené všetkým cieľovým trhom a cieľovým skupinám.
(e) posolstvo kampane EÚ	• V návrhu sa jasne opisuje predpokladané hlavné posolstvo EÚ a spôsob, akým sa budú v rámci programu šíriť a propagovať informácie o jednej osobitosti alebo viacerých osobitostiach spôsobov poľnohospodárskej výroby a výrobkov. Posolstvá programu odkazujú na Európu vo všeobecnosti, na EÚ a SPP, právne predpisy EÚ, produkty EÚ alebo výrobné štandardy EÚ. Sú zosúladené s cieľmi vybranej témy.
2. KVALITA	Max. počet bodov: 50 Prahová hodnota: 30
(a) vhodný výber činností vzhľadom na ciele a stratégiu programu, primeraný komunikačný mix, synergia medzi činnosťami	• Činnosti a komunikačný mix náležite zodpovedajú cieľom, stratégii a cieľovým skupinám programu. • Plánované činnosti sa navzájom dopĺňajú. • Ak bude projekt prebiehať súčasne s inými súkromnými alebo verejnými kampaňami, je navrhnutý tak, aby dochádzalo k synergiám s týmito kampaňami.
(b) výstižný opis činností a výstupov	• Činnosti sú dobre opísané s cieľom odpovedať na tieto otázky: kto, čo, kedy, kde, prečo? Popis je dostatočne podrobný na to, aby bolo možné stanoviť nákladovú efektívnosť.
(c) kvalita navrhovaných metód hodnotenia a ukazovateľov	• Hodnotenie obsahuje štúdiu na vyhodnotenie vplyvov programu vypracovanú nezávislým externým orgánom. • Metodológia je v súlade s tou, ktorá je navrhnutá v prílohe III. • Navrhované ukazovatele sú v súlade so zásadami uvedenými v článku 22 vykonávacieho nariadenia Komisie (EÚ) 2015/1831. • Pre plánované ukazovatele sú základné a cieľové hodnoty.

(d) vhodné pridelenie rozpočtu vzhľadom na ciele a rozsah činností	Rozpočet je efektívne rozdelený medzi činnosti. Zodpovedá opísanej stratégii a očakávanému vplyvu.
(e) jasný opis odhadovaných nákladov a presnosti rozpočtu	- Pre každý výstup sú opísané náklady a sú predložené s použitím nákladov na jednotlivé výstupy. - Analýza nákladov v časti B ani podrobná tabuľka rozpočtu neobsahujú žiadne chyby. Podrobná tabuľka rozpočtu je zosúladená s rozpočtom uvedeným v časti A návrhu a s popisom v odseku 4 časti B.
(f) súlad medzi odhadovanými nákladmi a výstupmi	- Náklady na činnosti sú koherentné s opisom a rozsahom výstupov. - Náklady na jednotlivé činnosti sú porovnateľné s bežnými sadzbami na trhu v cieľovej krajine. - Odhadovaný počet osobodní na činnosti vykonávané žiadateľom (žiadateľmi) je úmerný úrovni jeho (ich) zapojenia do realizácie programu; ich sadzby sú odôvodnené.
(g) organizácia projektu a riadiaca štruktúra	- Riadiaca štruktúra a úlohy zamestnancov zapojených do realizácie programu sú jasne opísané. - Rozdelenie úloh medzi vykonávacie/hodnotiace subjekty a žiadateľov je jasne definované. - Je definovaná efektívna stratégia vnútornej koordinácie, pokiaľ ide o riadenie rôznych partnerov a vykonávacích subjektov. - Sú opísané vhodné postupy na výber vykonávacích a hodnotiacich subjektov (dodržanie zásady najlepšieho pomeru ceny a kvality a neexistencia konfliktu záujmov).
(h) mechanizmy kontroly kvality a riadenie rizík	- Sú definované vhodné postupy na kontrolu práce vykonávacích subjektov a ďalších subdodávateľov. Bude sa monitorovať tak kvalita výstupov, ako aj dodržiavanie termínov a rozpočtu. - Určia sa a náležite sa klasifikujú primerané hlavné riziká, ktoré by mohli brániť v dosiahnutí výsledku projektu, a predstavujú sa zmierňujúce opatrenia, ktoré sa majú zaviesť.
3. VPLYV	Max. počet bodov: 25 Prahová hodnota: 15
(a) vplyv projektu na úrovni EÚ	- Program je významný svojím rozsahom a má potenciál zvýšiť dopyt a/alebo podiel na trhu. - Program má široké pokrytie (napr. počet a/alebo relatívny podiel cieľových spotrebiteľov/dovozcov/nákupcov atď.). - Vplyv programu je vyčíslený na úrovni navrhujúcich subjektov a/alebo členského štátu navrhujúcich subjektov. - Program má potenciál byť prínosom pre ostatných výrobcov v EÚ z rovnakého alebo iných odvetví výrobných. - Projekt má potenciál zabezpečiť udržateľný ekonomický a spoločenský vplyv. V prípade potreby sa popisuje aj pridaná hodnota z hľadiska zamestnanosti.

	Projekt má potenciál prispieť k udržateľnej výrobe a/alebo spotrebe.
(b) odôvodnenie celkovej výšky investícií	Navrhovaná výška investícií je odôvodnená očakávanou návratnosťou investícií (v prípade propagačných programov) a/alebo zvýšením informovanosti (v prípade informačných programov).
SPOLU	Max. počet bodov: 100 Prahová hodnota: 60

Príloha II: Informácie o reprezentatívnosti

Podľa článku 7 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1144/2014 a článku 1 delegovaného nariadenia Komisie (EÚ) 2015/1829 musí navrhujúci subjekt reprezentatívne zastupovať svoj výrobok alebo odvetvie. Nasledujúca tabuľka poskytuje prehľad možností, prostredníctvom ktorých je možné preukázať reprezentatívnosť. Uvedené články môžete nájsť v [nariadení 2015/1829](#) a [nariadení č. 1144/2014](#).

Druh subjektu	Kritériá reprezentatívnosti
Odborová alebo medziodborová organizácia so sídlom v členskom štáte alebo na úrovni EÚ	50 % podiel na počte výrobcov alebo 50 % objemu alebo hodnoty predajnej výroby výrobku(-ov) alebo príslušného odvetvia (článok 1 ods. 1 písm. a) bod i) nariadenia 2015/1829)
	Medziodvetvová organizácia uznaná členským štátom (článok 1 ods. 1 písm. a) bod ii) nariadenia 2015/1829)
	Skupiny v rámci schém kvality EÚ: 50 % objemu alebo hodnoty predajnej výroby výrobku(-ov) so zapísaným názvom (článok 1 ods. 1 písm. b) nariadenia 2015/1829)
(Združenie) organizácie(-i) výrobcov	Uznané členským štátom v súlade s článkami 154 alebo 165 nariadenia č. 1308/2013 (článok 1 ods. 1 písm. c) nariadenia 2015/1829)
Subjekt agropotravinárskeho sektora	– ktorého cieľom a činnosťou je poskytovanie informácií o poľnohospodárskych výrobkoch a ich propagácia – ktorý bol dotknutým členským štátom poverený jasne definovanou úlohou verejnej služby v tejto oblasti; – ktorý má legálne sídlo v danom členskom štáte najmenej dva roky pred dátumom výzvy na predkladanie návrhov; – ktorý má medzi svojimi členmi zástupcov propagovaného výrobku alebo odvetvia. (článok 7 ods. 1 písm. d) nariadenia č. 1144/2014 a článok 1 ods. 1 písm. d) nariadenia 2015/1829)

Opíšte, do akej miery váš subjekt spĺňa kritériá reprezentatívnosti v dotknutom členskom štáte alebo na úrovni Únie. V súvislosti s tým vás prosíme uviesť:

- typ a status vášho subjektu, napr. konzorcium X a Y, uznanie členským štátom, reprezentatívne zastúpenie odvetvia atď.,
- údaje o predajnej výrobe, vývoze, obrate, predaji, počte výrobcov atď.

Nezabudnite uviesť odkazy na zdroje informácií, ktoré uvádzate vo svojom odôvodnení. Odôvodnenie sa bude týkať všetkých kritérií, ktoré platia pre váš prípad.

V prípade, že odkazujete na uznanie členským štátom, priložte podporný dokument (dokumenty), ako je kópia uznania alebo odkaz na verejne dostupný zoznam uznaných subjektov.

Ak váš subjekt nie je reprezentatívny podľa uvedených kritérií, uveďte dôvody, prečo sa domnievate, že by mal byť považovaný za reprezentatívny. Môžu byť uznané nižšie prahové hodnoty ako tie, ktoré už boli uvedené, pokiaľ navrhujúci subjekt preukáže, že existujú osobitné okolnosti vrátane dôkazu o štruktúre trhu, ktoré by odôvodňovali, aby bol navrhujúci subjekt považovaný za reprezentatívneho zástupcu výrobku(-kov) alebo príslušného odvetvia [výnimka z 50 % pravidiel (článok 1 ods. 2 nariadenia 2015/1829)].

V prípade, ak váš návrh predkladá viac ako jeden navrhujúci subjekt, všetky opisy, prosím, uveďte v jednom dokumente.

Informácie by nemali mať viac ako 2 000 znakov na jeden navrhujúci subjekt.

Príloha III: Metodické pokyny na výpočet výnosov ex-post

Pri hodnotení výsledkov propagačného programu treba zohľadniť nasledujúce pokyny. Medzi hodnotením výsledkov na konci programu a cieľmi stanovenými na začiatku programu by však mala existovať súvislosť. Pri vypracúvaní návrhu programu preto vezmite do úvahy tieto odporúčania týkajúce sa stanovenia cieľov programu. Návratnosť sa môže vyjadriť počas celého trvania programu. Ak je to uplatniteľné a nevyhnutné, môže sa uviesť aj návratnosť po skončení trvania programu.

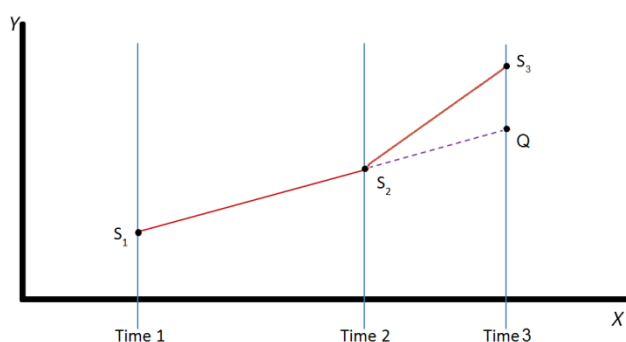
Ekonomický vplyv

Propagačné programy predpokladajú ekonomickú návratnosť. Keďže však propagačné úsilie prebieha v komplexnom prostredí, je zložitá určiť ich skutočný ekonomický dosah. Pri jednoduchom porovnaní ekonomických parametrov pred kampaňou a po nej sa nezohľadňujú vonkajšie ovplyvňujúce premenné. Pri výpočte výnosu by sa mal využívať základný scenár, aby sa skutočný účinok propagačných kampaní mohol oddeliť od iných ovplyvňujúcich premenných, ako sú trhové trendy alebo krízy. Pri „základnom scenári“ sa odhaduje, čo by sa stalo, ak by neexistoval propagačný program. Vplyv sa zas odhaduje porovnaním základného scenára s pozorovanými údajmi. Výsledok tohto hodnotenia by sa mal vyjadriť v EUR.

Existuje niekoľko spôsobov, ako skonštruovať takýto základný scenár. V tomto dokumente sa opisujú dva jednoduché a intuitívne postupy. Na daný účel môžu slúžiť aj iné metódy, hoci zvolenie špecifickej metodiky na vytvorenie základného scenára by malo byť odôvodnené.

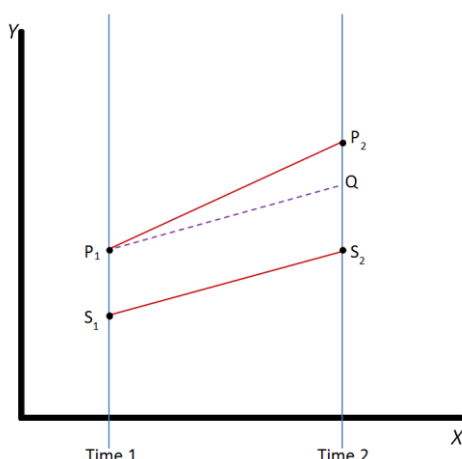
1. Historický vývoj

V prípade, že výrobok prešiel stabilným trendom na trhu počas značného časového obdobia, tento trend na trhu možno očakávať v budúcnosti a používať ho ako základný scenár. Tu možno vytvoriť základný scenár Q premietnutím trendu na trhu medzi časom 1 (S_1) a (S_2) do času 3 (Q). Následne možno situáciu pozorovanú v čase 3 (S_3) upraviť v súvislosti s daným trendom, a to odpočítaním Q od S_3 , aby sme získali účinok programu. Ako už bolo spomenuté, predpokladom tejto metódy je stabilný trend na trhu, a teda nie je vhodná na výrazne nestabilných trhoch.



2. Metóda „difference in differences“

V mnohých prípadoch neexistujú stabilné trhové trendy. Iný prístup využíva na stanovenie základného scenára porovnateľný výrobok. Na obrázku uvedenom ďalej môžeme pozorovať základný scenár použitý v metodike „difference in differences“. Porovnateľný výrobok (malo by sa odôvodniť, prečo je výrobok porovnateľný) poukazuje na špecifický trhový trend (S_1 až S_2). Základný scenár (Q) možno skonštruovať pomocou premietnutia tohto trhového trendu na situáciu pred kampaňou propagovaného výrobku (P_1). Porovnaním situácie pozorovanej po kampani (P_2) so základným scenárom možno odpočítat účinok kampane, a zároveň zahrnúť trhové trendy.



Upozorňujeme na komplementaritu týchto dvoch opísaných metód. Ak výrobok v minulosti vykazoval podobný trend ako propagovaný/skúmaný výrobok, mohlo by sa tvrdiť, že je porovnateľný a vhodný na skonštruovanie základného scenára prostredníctvom metódy „difference in differences“.

Návratnosť programu je nárast predaja (EUR) počas trvania programu. Dlhodobé účinky nemožno zohľadniť, keďže moment hodnotenia je na konci programu.

Odporúča sa takisto zahrnúť návratnosť investícií (return on investment – ROI) programu. Návratnosť investícií sa vypočíta ako pomer medzi nárastom predaja alebo vývozu propagovaných výrobkov počas obdobia trvania programu (návratnosť) a investíciami (ktoré sa rovnajú celkovým nákladom na program).

Vplyv na informovanosť

Konečným cieľom informačných programov je zvýšenie informovanosti. Na zistenie počtu ľudí, ktorí získali nové poznatky, možno urobiť prieskum s takýmto nastavením:

Keďže informačná kampaň vo väčšine prípadoch pokrýva celý rad tém a myšlienok, prijatie informácie nemožno merať prostredníctvom jednej otázky. Tomuto účelu teda slúži séria otázok. Osobu možno považovať za informovanú o myšlienke/téme, ak pozná odpoveď na vopred stanovený podiel uvedených otázok. V nasledujúcej tabuľke sa uvádza príklad testu s prahovou hodnotou 2/3, pri ktorej sa má osoba považovať za informovanú:

OSOBA X	Požadovaná odpoveď	Zobrazená odpoveď	OSOBA Y	Požadovaná odpoveď	Zobrazená odpoveď
Otázka 1	áno	áno	Otázka 1	áno	áno
Otázka 2	áno	áno	Otázka 2	áno	nie
Otázka 3	nie	áno	Otázka 3	nie	nie
Výsledok	2/3 = úspešný výsledok		Výsledok	1/3 = neúspešný výsledok	

Osoba X úspešne prešla testom, zatiaľ čo osoba Y bola v teste neúspešná. Absolútny nárast počtu ľudí, ktorí test zvládnu úspešne, pri porovnaní stavu pred kampaňou a po kampani predstavuje vplyv na informovanosť. Otázky by mali byť formulované takým spôsobom, aby bolo hodnotenie jednoduché. Mali by byť takisto reprezentatívne, pokiaľ ide o témy a myšlienky, na ktoré sa program vzťahuje. Vzorka by mala byť reprezentatívna pre cieľovú(-é) skupinu(-y). Porovnaním prieskumov pred kampaňou a po kampani by sa mal stanoviť absolútny počet ľudí, ktorí nadobudli nové poznatky.

Je možné použiť aj iné metódy prieskumu. Mali by však byť riadne odôvodnené a mal by sa nimi dosiahnuť rovnaký cieľ.

Dodatočné informácie o kritériách na vyhodnotenie návrhov

Ako sa uvádza v texte výzvy, časť B žiadosti slúži na vyhodnotenie návrhu vzhľadom na kritériá hodnotenia.

Každý návrh sa vyhodnotí podľa kritérií a čiastkových kritérií uvedených v nasledujúcej tabuľke, pričom sa stanoví aj prahová hodnota pre každé z hlavných kritérií hodnotenia. Pri posudzovaní kvality návrhov sa musia zohľadniť tieto čiastkové kritériá:

KRITÉRIÁ	ČIASTKOVÉ KRITÉRIÁ
1. <u>RELEVANTNOSŤ</u>	Max. počet bodov: 25 Prahová hodnota: 15
(a) relevantnosť navrhovaných informačných a propagačných opatrení vo vzťahu ku všeobecným a konkrétnym cieľom uvedeným v článku 2 nariadenia (EÚ) č. 1144/2014, zámery uvedené v článku 3 tohto nariadenia, ako aj priority, ciele a očakávané výsledky oznámené v rámci príslušnej tematickej priority	- Návrh je v súlade s konkrétnymi cieľmi a zámermi stanovenými v právnom základe a adekvátne rieši vybranú tematickú prioritu a tému výzvy na predkladanie návrhov. - Príslušné aspekty sú náležite prevedené do stratégie, činností a posolstiev programu.
(b) prínos navrhovaného informačného a propagačného projektu vzhľadom na ciele environmentálnych a klimatických ambícií SPP, Zelené dohody a stratégie „z farmy na stôl“, najmä pokiaľ ide o udržateľnosť výroby a spotreby V prípade návrhov zameraných na vnútorný trh, zosúladienie s cieľmi európskeho plánu na boj proti rakovine, predovšetkým s podporou prechodu na stravovanie najmä na báze rastlín s menšou konzumáciou červeného a spracovaného mäsa ¹ a iných potravín súvisiacich s rizikom vzniku rakoviny (napr. alkoholických nápojov).	- Projekt účinne prispieva k environmentálnym a klimatickým ambíciám spoločnej poľnohospodárskej politiky, najmä pokiaľ ide o udržateľnosť výroby a spotreby (Zelená dohoda a stratégia „z farmy na stôl“). - Projekty zamerané na vnútorný trh sú zosúladiené s cieľmi európskeho plánu na boj proti rakovine, predovšetkým na podporu prechodu na stravovanie najmä na báze rastlín s menšou konzumáciou červeného a spracovaného mäsa a iných potravín súvisiacich s rizikom vzniku rakoviny (napr. alkoholických nápojov). - Projekty vykonávané na vnútornom trhu sú prepojené s výživovými odporúčaniami na základe potravín cieľového členského štátu.
(c) kvalita a relevantnosť analýzy trhu	- Analýza trhu sa vzťahuje na cieľové trhy návrhu; je založená na spoľahlivých údajoch z výskumu trhu a/alebo údajoch o dovoze/vývoze, ktoré sa uviedli v návrhu. - V analýze trhu sa poukazuje na trendy a výzvy, ktoré sa budú v rámci programu riešiť: sú uvedené v ucelenej analýze SWOT. - V analýze trhu sa opisuje konkurenčné postavenie navrhujúcich subjektov a výrobcov, ktoré sa majú uvádzať na trh, iných dodávateľov z EÚ, ako aj ich konkurentov z tretích krajín.

¹ Podľa Stratégie Z farmy na stôl červené mäso je hovädzie, bravčové, jahňacie a kozie mäso, ako aj všetky spracované mäsa.

	• V analýze trhu sa identifikujú a náležite popisujú cieľové skupiny programu. • V analýze trhu sa opisuje štruktúra a fungovanie distribučných a maloobchodných kanálov. • Pokiaľ ide o trhy tretích krajín, je uvedený odkaz na dovoznú podmienku, akými sú colné a necolné prekážky.
(d) súdržnosť stratégie programu, cieľov a kľúčových posolstiev	• Ciele programu sú v súlade s analýzou trhu a analýzou SWOT. • Ciele programu sú konkrétne, merateľné, dosiahnuteľné, realistické a časovo ohraničené (SMART). • V stratégii sa riešia výzvy zistené v rámci analýzy trhu a je v súlade s cieľmi programu. • V prípade pokračovania predchádzajúcich spolufinancovaných kampaní je jasne opísaný vplyv predchádzajúcich kampaní a dôvod pokračovania. • Stratégia a kľúčové posolstvá sú prispôsobené všetkým cieľovým trhom a cieľovým skupinám.
(e) posolstvo kampane EÚ	• V návrhu sa jasne opisuje predpokladané hlavné posolstvo EÚ a spôsob, akým sa budú v rámci programu šíriť a propagovať informácie o jednej osobitosti alebo viacerých osobitostiach spôsobov poľnohospodárskej výroby a výrobkov. Posolstvá programu odkazujú na Európu vo všeobecnosti, na EÚ a SPP, právne predpisy EÚ, produkty EÚ alebo výrobné štandardy EÚ. Sú zosúladené s cieľmi vybranej témy.
2. KVALITA	Max. počet bodov: 50 Prahová hodnota: 30
(a) vhodný výber činností vzhľadom na ciele a stratégiu programu, primeraný komunikačný mix, synergia medzi činnosťami	• Činnosti a komunikačný mix náležite zodpovedajú cieľom, stratégii a cieľovým skupinám programu. • Plánované činnosti sa navzájom dopĺňajú. • Ak bude projekt prebiehať súčasne s inými súkromnými alebo verejnými kampaňami, je navrhnutý tak, aby dochádzalo k synergiám s týmito kampaňami.
(b) výstižný opis činností a výstupov	• Činnosti sú dobre opísané s cieľom odpovedať na tieto otázky: kto, čo, kedy, kde, prečo? Popis je dostatočne podrobný na to, aby bolo možné stanoviť nákladovú efektívnosť.
(c) kvalita navrhovaných metód hodnotenia a ukazovateľov	• Hodnotenie obsahuje štúdiu na vyhodnotenie vplyvov programu vypracovanú nezávislým externým orgánom. • Metodológia je v súlade s tou, ktorá je navrhnutá v prílohe III. • Navrhované ukazovatele sú v súlade so zásadami uvedenými v článku 22 vykonávacieho nariadenia Komisie (EÚ) 2015/1831. • Pre plánované ukazovatele sú základné a cieľové hodnoty.

(d) vhodné pridelenie rozpočtu vzhľadom na ciele a rozsah činností	Rozpočet je efektívne rozdelený medzi činnosti. Zodpovedá opísanej stratégii a očakávanému vplyvu.
(e) jasný opis odhadovaných nákladov a presnosti rozpočtu	- Pre každý výstup sú opísané náklady a sú predložené s použitím nákladov na jednotlivé výstupy. - Analýza nákladov v časti B ani podrobná tabuľka rozpočtu neobsahujú žiadne chyby. Podrobná tabuľka rozpočtu je zosúladená s rozpočtom uvedeným v časti A návrhu a s popisom v odseku 4 časti B.
(f) súlad medzi odhadovanými nákladmi a výstupmi	- Náklady na činnosti sú koherentné s opisom a rozsahom výstupov. - Náklady na jednotlivé činnosti sú porovnateľné s bežnými sadzbami na trhu v cieľovej krajine. - Odhadovaný počet osobodní na činnosti vykonávané žiadateľom (žiadateľmi) je úmerný úrovni jeho (ich) zapojenia do realizácie programu; ich sadzby sú odôvodnené.
(g) organizácia projektu a riadiaca štruktúra	- Riadiaca štruktúra a úlohy zamestnancov zapojených do realizácie programu sú jasne opísané. - Rozdelenie úloh medzi vykonávacie/hodnotiace subjekty a žiadateľov je jasne definované. - Je definovaná efektívna stratégia vnútornej koordinácie, pokiaľ ide o riadenie rôznych partnerov a vykonávacích subjektov. - Sú opísané vhodné postupy na výber vykonávacích a hodnotiacich subjektov (dodržanie zásady najlepšieho pomeru ceny a kvality a neexistencia konfliktu záujmov).
(h) mechanizmy kontroly kvality a riadenie rizík	- Sú definované vhodné postupy na kontrolu práce vykonávacích subjektov a ďalších subdodávateľov. Bude sa monitorovať tak kvalita výstupov, ako aj dodržiavanie termínov a rozpočtu. - Určia sa a náležite sa klasifikujú primerané hlavné riziká, ktoré by mohli brániť v dosiahnutí výsledku projektu, a predstavia sa zmierňujúce opatrenia, ktoré sa majú zaviesť.
3. VPLYV	Max. počet bodov: 25 Prahová hodnota: 15
(a) vplyv projektu na úrovni EÚ	- Program je významný svojím rozsahom a má potenciál zvýšiť dopyt a/alebo podiel na trhu. - Program má široké pokrytie (napr. počet a/alebo relatívny podiel cieľových spotrebiteľov/dovozcov/nákupcov atď.). - Vplyv programu je vyčíslený na úrovni navrhujúcich subjektov a/alebo členského štátu navrhujúcich subjektov. - Program má potenciál byť prínosom pre ostatných výrobcov v EÚ z rovnakého alebo iných odvetví výrobkov. - Projekt má potenciál zabezpečiť udržateľný ekonomický a spoločenský vplyv. V prípade potreby sa popisuje aj pridaná hodnota z hľadiska zamestnanosti.

	Projekt má potenciál prispieť k udržateľnej výrobe a/alebo spotrebe.
(b) odôvodnenie celkovej výšky investícií	Navrhovaná výška investícií je odôvodnená očakávanou návratnosťou investícií (v prípade propagačných programov) a/alebo zvýšením informovanosti (v prípade informačných programov).
SPOLU	Max. počet bodov: 100 Prahová hodnota: 60

Príloha II: Informácie o reprezentatívnosti

Podľa článku 7 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1144/2014 a článku 1 delegovaného nariadenia Komisie (EÚ) 2015/1829 musí navrhujúci subjekt reprezentatívne zastupovať svoj výrobok alebo odvetvie. Nasledujúca tabuľka poskytuje prehľad možností, prostredníctvom ktorých je možné preukázať reprezentatívnosť. Uvedené články môžete nájsť v [nariadení 2015/1829](#) a [nariadení č. 1144/2014](#).

Druh subjektu	Kritériá reprezentatívnosti
Odborová alebo medziodborová organizácia so sídlom v členskom štáte alebo na úrovni EÚ	50 % podiel na počte výrobcov alebo 50 % objemu alebo hodnoty predajnej výroby výrobku(-ov) alebo príslušného odvetvia (článok 1 ods. 1 písm. a) bod i) nariadenia 2015/1829)
	Medziodvetvová organizácia uznaná členským štátom (článok 1 ods. 1 písm. a) bod ii) nariadenia 2015/1829)
	Skupiny v rámci schém kvality EÚ: 50 % objemu alebo hodnoty predajnej výroby výrobku(-ov) so zapísaným názvom (článok 1 ods. 1 písm. b) nariadenia 2015/1829)
(Združenie) organizácie(-i) výrobcov	Uznané členským štátom v súlade s článkami 154 alebo 165 nariadenia č. 1308/2013 (článok 1 ods. 1 písm. c) nariadenia 2015/1829)
Subjekt agropotravinárskeho sektora	– ktorého cieľom a činnosťou je poskytovanie informácií o poľnohospodárskych výrobkoch a ich propagácia – ktorý bol dotknutým členským štátom poverený jasne definovanou úlohou verejnej služby v tejto oblasti; – ktorý má legálne sídlo v danom členskom štáte najmenej dva roky pred dátumom výzvy na predkladanie návrhov; – ktorý má medzi svojimi členmi zástupcov propagovaného výrobku alebo odvetvia. (článok 7 ods. 1 písm. d) nariadenia č. 1144/2014 a článok 1 ods. 1 písm. d) nariadenia 2015/1829)

Opíšte, do akej miery váš subjekt spĺňa kritériá reprezentatívnosti v dotknutom členskom štáte alebo na úrovni Únie. V súvislosti s tým vás prosíme uviesť:

- typ a status vášho subjektu, napr. konzorcium X a Y, uznanie členským štátom, reprezentatívne zastúpenie odvetvia atď.,
- údaje o predajnej výrobe, vývoze, obrate, predaji, počte výrobcov atď.

Nezabudnite uviesť odkazy na zdroje informácií, ktoré uvádzate vo svojom odôvodnení. Odôvodnenie sa bude týkať všetkých kritérií, ktoré platia pre váš prípad.

V prípade, že odkazujete na uznanie členským štátom, priložte podporný dokument (dokumenty), ako je kópia uznania alebo odkaz na verejne dostupný zoznam uznaných subjektov.

Ak váš subjekt nie je reprezentatívny podľa uvedených kritérií, uveďte dôvody, prečo sa domnievate, že by mal byť považovaný za reprezentatívny. Môžu byť uznané nižšie prahové hodnoty ako tie, ktoré už boli uvedené, pokiaľ navrhujúci subjekt preukáže, že existujú osobitné okolnosti vrátane dôkazu o štruktúre trhu, ktoré by odôvodňovali, aby bol navrhujúci subjekt považovaný za reprezentatívneho zástupcu výrobku(-kov) alebo príslušného odvetvia [výnimka z 50 % pravidiel (článok 1 ods. 2 nariadenia 2015/1829)].

V prípade, ak váš návrh predkladá viac ako jeden navrhujúci subjekt, všetky opisy, prosím, uveďte v jednom dokumente.

Informácie by nemali mať viac ako 2 000 znakov na jeden navrhujúci subjekt.

Príloha III: Metodické pokyny na výpočet výnosov ex-post

Pri hodnotení výsledkov propagačného programu treba zohľadniť nasledujúce pokyny. Medzi hodnotením výsledkov na konci programu a cieľmi stanovenými na začiatku programu by však mala existovať súvislosť. Pri vypracúvaní návrhu programu preto vezmite do úvahy tieto odporúčania týkajúce sa stanovenia cieľov programu. Návratnosť sa môže vyjadriť počas celého trvania programu. Ak je to uplatniteľné a nevyhnutné, môže sa uviesť aj návratnosť po skončení trvania programu.

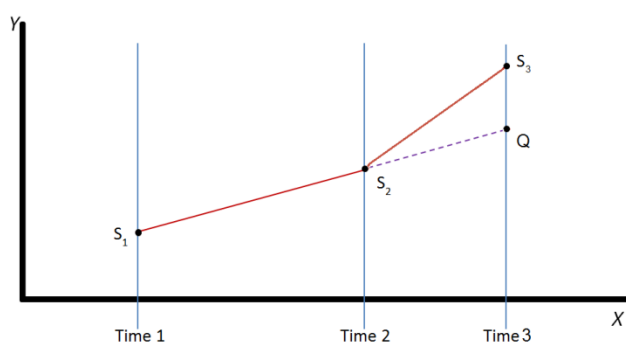
Ekonomický vplyv

Propagačné programy predpokladajú ekonomickú návratnosť. Keďže však propagačné úsilie prebieha v komplexnom prostredí, je zložitý určiť ich skutočný ekonomický dosah. Pri jednoduchom porovnaní ekonomických parametrov pred kampaňou a po nej sa nezohľadňujú vonkajšie ovplyvňujúce premenné. Pri výpočte výnosu by sa mal využívať základný scenár, aby sa skutočný účinok propagačných kampaní mohol oddeliť od iných ovplyvňujúcich premenných, ako sú trhové trendy alebo krízy. Pri „základnom scenári“ sa odhaduje, čo by sa stalo, ak by neexistoval propagačný program. Vplyv sa zas odhaduje porovnaním základného scenára s pozorovanými údajmi. Výsledok tohto hodnotenia by sa mal vyjadriť v EUR.

Existuje niekoľko spôsobov, ako skonštruovať takýto základný scenár. V tomto dokumente sa opisujú dva jednoduché a intuitívne postupy. Na daný účel môžu slúžiť aj iné metódy, hoci zvolenie špecifickej metodiky na vytvorenie základného scenára by malo byť odôvodnené.

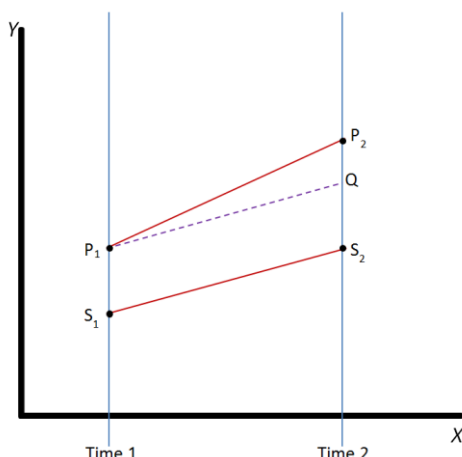
1. Historický vývoj

V prípade, že výrobok prešiel stabilným trendom na trhu počas značného časového obdobia, tento trend na trhu možno očakávať v budúcnosti a používať ho ako základný scenár. Tu možno vytvoriť základný scenár Q premietnutím trendu na trhu medzi časom 1 (S_1) a (S_2) do času 3 (Q). Následne možno situáciu pozorovanú v čase 3 (S_3) upraviť v súvislosti s daným trendom, a to odpočítaním Q od S_3 , aby sme získali účinok programu. Ako už bolo spomenuté, predpokladom tejto metódy je stabilný trend na trhu, a teda nie je vhodná na výrazne nestabilných trhoch.



2. Metóda „difference in differences“

V mnohých prípadoch neexistujú stabilné trhové trendy. Iný prístup využíva na stanovenie základného scenára porovnateľný výrobok. Na obrázku uvedenom ďalej môžeme pozorovať základný scenár použitý v metodike „difference in differences“. Porovnateľný výrobok (malo by sa odôvodniť, prečo je výrobok porovnateľný) poukazuje na špecifický trhový trend (S_1 až S_2). Základný scenár (Q) možno skonštruovať pomocou premietnutia tohto trhového trendu na situáciu pred kampaňou propagovaného výrobku (P_1). Porovnaním situácie pozorovanej po kampani (P_2) so základným scenárom možno odpočítat účinok kampane, a zároveň zahrnúť trhové trendy.



Upozorňujeme na komplementaritu týchto dvoch opísaných metód. Ak výrobok v minulosti vykazoval podobný trend ako propagovaný/skúmaný výrobok, mohlo by sa tvrdiť, že je porovnateľný a vhodný na skonštruovanie základného scenára prostredníctvom metódy „difference in differences“.

Návratnosť programu je nárast predaja (EUR) počas trvania programu. Dlhodobé účinky nemožno zohľadniť, keďže moment hodnotenia je na konci programu.

Odporúča sa takisto zahrnúť návratnosť investícií (return on investment – ROI) programu. Návratnosť investícií sa vypočíta ako pomer medzi nárastom predaja alebo vývozu propagovaných výrobkov počas obdobia trvania programu (návratnosť) a investíciami (ktoré sa rovnajú celkovým nákladom na program).

Vplyv na informovanosť

Konečným cieľom informačných programov je zvýšenie informovanosti. Na zistenie počtu ľudí, ktorí získali nové poznatky, možno urobiť prieskum s takýmto nastavením:

Keďže informačná kampaň vo väčšine prípadoch pokrýva celý rad tém a myšlienok, prijatie informácie nemožno merať prostredníctvom jednej otázky. Tomuto účelu teda slúži séria otázok. Osobu možno považovať za informovanú o myšlienke/téme, ak pozná odpoveď na vopred stanovený podiel uvedených otázok. V nasledujúcej tabuľke sa uvádza príklad testu s prahovou hodnotou 2/3, pri ktorej sa má osoba považovať za informovanú:

OSOBA X	Požadovaná odpoveď	Zobrazená odpoveď	OSOBA Y	Požadovaná odpoveď	Zobrazená odpoveď
Otázka 1	áno	áno	Otázka 1	áno	áno
Otázka 2	áno	áno	Otázka 2	áno	nie
Otázka 3	nie	áno	Otázka 3	nie	nie
Výsledok	2/3 = úspešný výsledok		Výsledok	1/3 = neúspešný výsledok	

Osoba X úspešne prešla testom, zatiaľ čo osoba Y bola v teste neúspešná. Absolútny nárast počtu ľudí, ktorí test zvládnu úspešne, pri porovnaní stavu pred kampaňou a po kampani predstavuje vplyv na informovanosť. Otázky by mali byť formulované takým spôsobom, aby bolo hodnotenie jednoduché. Mali by byť takisto reprezentatívne, pokiaľ ide o témy a myšlienky, na ktoré sa program vzťahuje. Vzorka by mala byť reprezentatívna pre cieľovú(-é) skupinu(-y). Porovnaním prieskumov pred kampaňou a po kampani by sa mal stanoviť absolútny počet ľudí, ktorí nadobudli nové poznatky.

Je možné použiť aj iné metódy prieskumu. Mali by však byť riadne odôvodnené a mal by sa nimi dosiahnuť rovnaký cieľ.