



Jak připravit a podat žádost o propagační program

Příručka pro žadatele

informační a propagační opatření prováděná na
vnitřním trhu nebo ve třetích zemích spolufinancovaná EU

V Praze dne 13. 1. 2017

Obsah

ÚVOD	3
1. SLOVNÍK POJMŮ	3
2. REFORMA PROPAGAČNÍ POLITIKY PRO ZEMĚDĚLSKÉ PRODUKTY	5
2.1 LEGISLATIVA	6
2.1.1 NAŘÍZENÍ RADY A KOMISE PRO OBLAST PROPAGAČNÍ POLITIKY	6
2.1.2 Roční pracovní program	6
2.1.3 Výzva k předkládání návrhů programů	6
3. PŘÍPRAVA NÁVRHU PROPAGAČNÍHO PROGRAMU	7
3.1 PRAVIDLA PRO PROPAGAČNÍ PROGRAMY	7
3.2 CHARAKTERISTIKA PROPAGAČNÍHO PROGRAMU	7
3.3 Způsobilí žadatelé	8
3.4 Co je možné propagovat	8
3.5 Uvádění značek a původu produktů	8
3.5 Specifická pravidla pro jednoduché programy	13
3.6 Financování programů	13
3.7. Výběr provádějící organizace	14
3.8. Provádění programu navrhující organizací	14
4. KONZULTACE NÁVRHU PROGRAMU	15
4.1 Úloha členského státu v novém režimu propagace	15
4.2 Konzultace návrhu programu s kompetentními orgány v ČR	15
5. PŘEDLOŽENÍ PROPAGAČNÍHO PROGRAMU KE SCHVÁLENÍ	16
6. HODNOCENÍ PROPAGAČNÍCH PROGRAMŮ A JEHO VÝSLEDKY	16
6.1 Způsob hodnocení programů	16
6.2 Výsledek hodnocení programů	17
7. SMLOUVA A ZÁLOHA	17
7.1 Smlouva mezi žadatelem a SZIF	18
7.2 Záloha	18
8. KONTAKTY	18

Úvodní slovo

Vážení žadatelé,

od 1. 12. 2015 vstoupila v platnost nová propagační politika pro zemědělské produkty. Příručka Jak připravit a podat žádost o program má za cíl pomoci žadatelům vypracovat a předložit ke schválení návrh programu v souladu s příslušnou legislativou.

Tato příručka poskytuje souhrn nejdůležitějších informací pro vypracování a předložení žádosti o jednoduchý program, jehož administrace nadále zůstává v kompetenci členského státu.

Jsme nadále ve spolupráci s Ministerstvem zemědělství připraveni kvalifikovaně pomoci žadatelům s přípravou žádosti o program.

Ing. Robert Zavadil

ředitel Odboru společných organizací trhů SZIF

ÚVOD

Evropská unie přispívá žadatelům z členských států na financování informačních a propagačních kampaní zaměřených na zemědělské a potravinářské produkty realizovaných na vnitřním trhu a ve třetích zemích. Působení na spotřebitele a dovozce a jejich informování o kvalitě produktů původem z EU prostřednictvím těchto propagačních programů spolufinancovaných EU pomáhá evropským zemědělcům a výrobcům potravin obstát ve stále více konkurenčním prostředí jak v rámci EU, tak na světovém trhu. V této příručce najdou potenciální žadatelé praktické informace pro přípravu propagačního programu, vycházející z legislativy a podpůrných dokumentů. Podrobný technický postup předložení finální žádosti o program je uveden v příručce vydané Evropskou komisí. Dále je v příručce popsán proces od podání žádosti po podpis smlouvy mezi žadatelem a Státním zemědělským intervenčním fondem v případě schválení žádosti o program.

1. SLOVNÍK POJMŮ

Propagační program je ucelený soubor opatření, který může zahrnovat reklamní kampaně v tisku, v televizi, v rozhlasu nebo na internetu, propagaci v místech prodeje, PR opatření jako jsou tiskové konference a články, účast na výstavách a veletrzích a řadu dalších činností. Může se jednat o kampaň zaměřenou na spotřebitele a/nebo odbornou veřejnost. Musí být prováděna po dobu nejméně jednoho roku, ale ne déle než tři roky.

Opatření programu musí mít dostatečný rozsah pro zlepšení informování cílových skupin o propagovaných produktech a jejich odbytu za podmínek efektivní alokace evropských finančních prostředků.

Jednoduchý program je program předložený jedním nebo více žadateli z jednoho členského státu.

Složený (multinárodní program) je program předložený žadateli z více členských států.

Žadatel (navrhující organizace/příjemce podpory) - organizace, která vypracuje program na základě pravidel stanovených v legislativě EU, v případě úspěšné žádosti přijímá spolufinancování ze strany EU, a má uzavřenou smlouvu s provádějí organizací a SZIF (grantová dohoda) a program na základě těchto smluv a příslušné legislativy a rozhodnutí Komise realizuje. Žadatel je jediným subjektem odpovědným za řádné plnění programu ve vztahu k SZIF.

Provádějí organizace - právní subjekt, který je vybrán navrhující organizací na základě výběrového řízení za účelem plánování a realizace jednotlivých opatření propagačního programu a má úlohu subdodavatele.

Propagační materiál - jakékoli grafické, vizuální, audiovizuální materiály včetně internetových stránek použité v rámci programu (informačních a propagačních opatření) k propagaci dané komodity.

Smlouva - smlouva o propagaci uzavřená mezi SZIF a žadatelem, která vymezuje podmínky pro realizaci opatření schváleného programu dle platné legislativy. Součástí smlouvy jsou přílohy.

V případě jednoduchých programů se mezi příslušnými kompetentními orgány a příjemcem/příjemci podepíše **smlouva**, která se označuje jako **grantová dohoda**.

Rok/fáze – období 1 roku realizace programu, počítáno ode dne podpisu smlouvy.

Administrace - správa příslušné agendy vztahující se k danému programu.

Kompetentní orgán je vnitrostátní orgán v členském státě, který administruje jednoduché programy. V ČR je to Státní zemědělský intervenční fond, který spolupracuje s Ministerstvem zemědělství.

Roční pracovní program je prováděcí akt Komise přijatý v souladu s čl. 8 nařízení EP a Rady č. 1144/2014 a platný vždy na daný kalendářní rok. Součástí pracovního programu je seznam opatření, která budou v tomto roce financována a také cílové trhy a výše finančních prostředků, které byly na jednotlivá opatření a trhy alokovány. Dále jsou v pracovním programu a jeho přílohách stanovena kritéria pro hodnocení programů, včetně bodového hodnocení jednotlivých kritérií, které musí program splnit, aby byl uznán jako způsobilý a mohl být schválen pro spolufinancování Evropskou komisí.

Výzva k předkládání programů je dokument, který vydává Evropská komise na základě Ročního pracovního programu a který obsahuje postup a lhůty pro předložení návrhů, kritéria pro jejich výběr, časový harmonogram a informace o ročním pracovním programu, cílech, tématech a prioritách.

Tato výzva bude zveřejněna na webových stránkách EK, agentury CHAFEA a kompetentních orgánů v České republice.

Agentura CHAFEA¹ je výkonná agentura se sídlem v Lucemburku pověřená Evropskou komisí („EK“) k přijímání a posuzování žádostí o propagační programy a administraci multinárodních programů.

2. REFORMA PROPAGAČNÍ POLITIKY PRO ZEMĚDĚLSKÉ PRODUKTY

Propagační politika byla reformována přijetím nařízení (EU) č 1144/2014, které je účinné od 1. prosince 2015. Nová propagační politika má sloužit k otevření nových trhů a rozšířit počet obchodních partnerů pro žadatele z EU. Se společným jmenovatelem "Enjoy, it's from Europe" se zaměřuje na podporu propagačních programů předložených žadateli z řad profesních organizací, které mají pomoci při vstupu na nové trhy nebo upevnit postavení na trzích stávajících a to jak uvnitř EU, tak zejména ve třetích zemích. Mezi nejvýznamnější změny nové propagační politiky patří možnost uvádět obchodní značky a původ produktů, rozšíření seznamu produktů povolených k propagaci, zvýšení spolufinancování ze strany EU a zjednodušení administrativního postupu pro předkládání programů.

¹ The Consumers, Health, Agriculture and Food Executive Agency = Výkonná agentura pro spotřebitele, zdraví, zemědělství a potravinu

2.1 LEGISLATIVA

2.1.1 Nařízení Rady a Komise pro oblast propagační politiky

Nový systém propagace se řídí následujícími právními předpisy Evropské unie:

- **nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1144/2014 ze dne 22. října 2014** o informačních a propagačních opatřeních na podporu zemědělských produktů na vnitřním trhu a ve třetích zemích a o zrušení nařízení Rady (ES) č. 3/2008,
- **nařízení Komise v přenesené pravomoci (EU) 2015/1829 ze dne 23. dubna 2015**, kterým se doplňuje nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1144/2014 o informačních a propagačních opatřeních na podporu zemědělských produktů na vnitřním trhu a ve třetích zemích,
- **prováděcí nařízení Komise (EU) 2015/1831 ze dne 7. října 2015**, kterým se stanoví pravidla pro uplatňování nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1144/2014 o informačních a propagačních opatřeních na podporu zemědělských produktů na vnitřním trhu a ve třetích zemích.

2.1.2 Roční pracovní program

Evropská komise bude vyhlášovat každý rok **Roční pracovní program**, ve kterém blíže specifikuje podmínky pro propagaci zemědělských a některých zpracovaných produktů, tak jak jsou uvedeny v Nařízení EP a Rady č. 1144/2014.

Součástí pracovního programu je seznam opatření, která mají být v daném roce financována a také cílové trhy a výši finančních prostředků, které byly na jednotlivá opatření a trhy alokovány. Dále jsou v pracovním programu a jeho přílohách stanovena kritéria pro hodnocení programů, včetně bodového hodnocení jednotlivých kritérií, které musí program splnit, aby byl uznán jako způsobilý a mohl být schválen pro spolufinancování Evropskou komisí.

2.1.3 Výzva k předkládání návrhů programů

Programy se předkládají na základě **Výzvy k předkládání návrhů propagačních programů**, a to pouze jednou ročně do data v ní uvedeného. To znamená, že žadatel musí opravdu precizně připravit návrh programu, jelikož nebude žádná další možnost úprav programu během fáze, kdy je hodnocen.

Výzva k předložení návrhů jednoduchých programů se týká programů předložených jednou nebo více organizacemi z jednoho členského státu. **Výzva k předložení složených (multinárodních) programů** se týká programů předložených organizacemi z více než 1 členského státu.

SZIF bude každoročně potenciální žadatele informovat jak o ročním pracovním programu a výzvě k předkládání návrhů, tak i o dalších relevantních informacích týkajících se nové propagační politiky, a to především prostřednictvím zveřejnění na webových stránkách SZIF:

<https://www.szif.cz/cs/eu-propagace-zemedelskych-produktu>

[Na výše zmíněné stránce může žadatel nalézt veškeré další důležité informace o nové propagační politice včetně legislativy.](#)

3. PŘÍPRAVA NÁVRHU PROPAGAČNÍHO PROGRAMU

3.1 Pravidla pro propagační programy

Před přípravou žádosti o propagační program je nutné seznámit se s níže uvedenými pravidly a jimi se při vytváření návrhu řídit.

Propagační programy by se měly zaměřit zejména na:

- zdůraznění specifičnosti metod zemědělské výroby v Evropské unii, zejména v oblasti bezpečnosti potravin, vysledovatelnosti, autentičnosti, označování, nutričních a zdravotních aspektů, dobrých životních podmínek zvířat, respektu k životnímu prostředí a udržitelnost,
- charakteristiku jedinečnosti zemědělských a potravinářských výrobků původem z EU, zejména pokud jde o jejich kvalitu, chuť, rozmanitost a tradice,
- zvýšení povědomí o evropských chráněných značeních jako je chráněné označení původu, chráněné zeměpisné označení a zaručená tradiční specialita.

3.2 Charakteristika propagačního programu

- propagační program je soubor souvisejících propagačních opatření, realizovaných po dobu 1 – 3 let na vnitřním trhu EU nebo ve třetích zemích předložený jedním nebo více žadateli,
- programy mohou být jednoduché = předložené jednou nebo více organizacemi z jednoho členského státu nebo multinárodní (složené) = předložené organizacemi z více než 1 členského státu.

3.3 Způsobilí žadatelé

Dle čl. 7 NEPR č. 1144/2014 o program mohou zažádat následující typy organizací:

- oborové, mezioborové organizace,
- organizace producentů a sdružení organizací producentů,
- subjekty zemědělsko-potravinářského odvětví (pokud byly pověřeny ČS výkonem veřejné služby v oblasti propagace a informování o zemědělských produktech).

3.4 Co je možné propagovat

Propagovat je možné **zemědělské produkty uvedené v seznamu v příloze I Smlouvy o fungování EU**, s výjimkou tabáku a **další produkty** uvedené v příloze I NEPR č. 1144/2015:

- pivo; čokoláda a odvozené produkty; chléb, pečivo, cukrářské výrobky, cukrovinky, sušenky a ostatní pekařské zboží; nápoje vyrobené z rostlinných výtažků; těstoviny; sůl; přírodní gummy a pryskyřice; hořčičná pasta; kukuřice cukrová; bavlna.

Dále lze propagovat následující **témata**:

- režimy jakosti – chráněná značení původu CHOP/CHZO/ZTS, horský produkt,
- ekologický způsob produkce - bioprodukty a ekozemědělství,
- grafický symbol zvláštních jakostních zemědělských produktů z nejbližších regionů Unie.

Některé produkty mají **zvláštní podmínky a pravidla** pro propagaci. Jedná se o:

- produkty rybolovu a akvakultury - jako „koš produktů“ společně s dalšími produkty,
- lihoviny pouze s chráněným zeměpisným označením podle nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 110/2008,
- víno CHZO, CHOP s označením moštové odrůdy - u jednoduchých programů pouze formou „koše produktů“, u multinárodních toto omezení není; na vnitřním trhu pouze v rámci režimů kvality,
- pivo - opatření musí být zaměřena na produkty spadající do režimu kvality – na informování spotřebitelů o těchto režimech.

3.5 Uvádění značek a původu produktů

Na vybraných propagačních materiálech a akcích je povoleno uvádění obchodních značek a původu produktů - nesmí být narušeno hlavní sdělení programu, kterým musí být evropská dimenze a kvalita (čl. 2 až 8 NK č. 2015/1831).

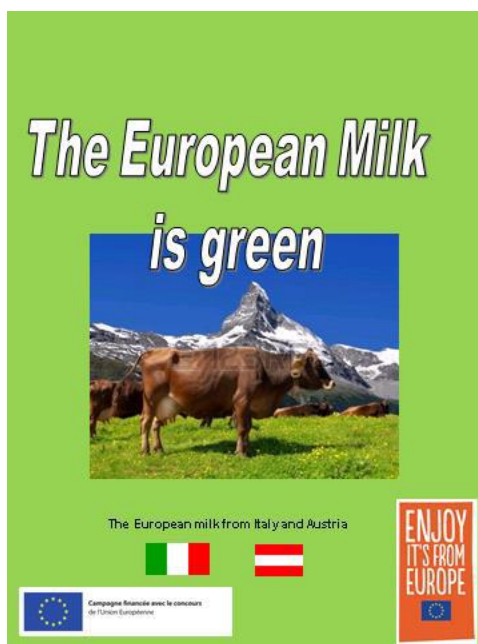
Uvádění původu produktů

- je omezeno na název členského státu nebo na společný nadnárodní původ, původ smí být uveden pouze na vizuálních propagačních materiálech, nesmí být zmíněn v audiovizuálních materiálech,
- na vnitřním trhu musí být druhotné ve vztahu k hlavnímu sdělení Unie,
- na trhu třetích zemí může být na stejné úrovni k hlavnímu sdělení Unie,
- při propagaci produktů s chráněnými značeními původu je možné původu uvádět neomezeně.



Ukázka uvedení původu produktů na propagačním materiálu (plakát)

Zdroj: http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/policy/regulation-post-2015/2015-10-13-synoptic-presentation_en.pdf



Ukázka uvedení původu produktů na propagačním materiálu pro vnitřní trh (plakát)

Zdroj: http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/policy/regulation-post-2015/2015-10-13-synoptic-presentation_en.pdf



Ukázka uvedení původu produktů na propagačním materiálu pro třetí země (plakát)

Zdroj: http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/policy/regulation-post-2015/2015-10-13-synoptic-presentation_en.pdf

Viditelnost obchodních značek

- každá značka musí mít stejnou velikost a musí být stejně viditelná,
- značky nesmí zabírat plochu větší než 5% z celkové plochy daného materiálu,
- grafické znázornění značky musí být menší než hlavní sdělení Unie,
- musí být vždy uvedeno více značek – alespoň 5 (menší počet je možný pouze s řádným odůvodněním – např. pokud se v daném členském státě více značek zemědělského produktu nevyskytuje – viz. čl. 7 NK č. 2015/1831)
- značky je možné propagovat v rámci veletrhů, ochutnávek, roadshow – na propagačních materiálech jako jsou letáky, brožury, může jimi být obrandovaný i stánek.



Příklad uvádění značek na propagačním materiálu (plakát)

Zdroj: http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/policy/regulation-post-2015/2015-10-13-synoptic-presentation_en.pdf



Příklad uvádění značek na veletržním stánku

Zdroj: http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/policy/regulation-post-2015/2015-10-13-synoptic-presentation_en.pdf

Logo „Enjoy! it´s from Europe“

Veškeré propagační materiály vyrobené v rámci propagačních programů musí být opatřeny logem „Enjoy! it´s from Europe“, dle pravidel uvedených v příslušném logo manuálu (dostupný zde: <https://www.szif.cz/cs/eu-propagace-zemedelskych-produktu>). Logo „Enjoy! it´s from Europe“ se používá pouze v anglickém jazyce. Logo může být přeloženo do českého jazyka ve formě poznámky pod čarou ve spodní části konkrétního materiálu.

Logo „Enjoy! it´s from Europe“ nenahrazuje povinné logo EU a větu o spolufinancování („Kampaň financovaná s finanční podporou Evropské unie“). Oba prvky musí být viditelné (logo Enjoy a samostatné logo EU s doprovodným textem) na všech propagačních materiálech. Logo „Enjoy! it´s from Europe“ může být použito samostatně nebo v kombinaci s doplňujícím sloganem.

Dle tematického zaměření programu mohou být spolu s logem uvedeny následující doplňující tematické slogany:

Téma kampaně	Doplňující slogan
Životní prostředí	Evropská unie podporuje kampaně zaměřené na ochranu životního prostředí.



Kvalita a bezpečnost potravin	Evropská unie podporuje kampaně zaměřené na propagaci vysoce kvalitních zemědělských produktů.
Zdraví	Evropská unie podporuje kampaně zaměřené na propagaci zdravého životního stylu.
Rozmanitost	Evropská unie podporuje kampaně zaměřené na propagaci širokou škálu zemědělských produktů.
Tradice	Evropská unie podporuje kampaně zaměřené na propagaci tradic.

3.5 Specifická pravidla pro jednoduché programy

- na vnitřním trhu program musí být zaměřen na 2 cílové trhy (2 členské státy), pokud jeden z cílových trhů je zároveň zemí původu žadatele,
- pokud cílový trh není zemí původu žadatele, je možné propagaci provádět pouze v 1 členském státě,
- v případě propagace chráněných značení původu a/nebo programů propagujících správné stravovací návyky je možné propagační program realizovat pouze v zemi původu žadatele.

3.6 Financování programů

- programy jsou spolufinancovány Evropskou unií a příslušnou navrhující organizací,
- jednoduché programy jsou spolufinancovány z 70% EU a 30% navrhující organizací,
- multinárodní (složené) programy a programy zaměřené na třetí země jsou spolufinancovány z 80% EU a z 20% navrhující organizací,
- program může být kromě EU a žadatele financován třetí stranou pod podmínkou, že je členem žadatele (např. určitá firma je členem profesního svazu).

3.7. Výběr provádějí organizace

Realizace programu je po jeho schválení zajišťována provádějí organizací, kterou vybere žadatel ve výběrovém řízení dle zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek za provádění jednotlivých opatření propagačního programu. Po verifikaci výběrového řízení kompetentními orgány žadatel podepíše s provádějí organizací smlouvu.

Výběrové řízení na provádějí organizaci musí být provedeno dle zákona č. 134/2016 Sb. a to buď před předložením programu agentuře CHAFEA nebo po schválení programu EK.

Výběrové řízení musí být vypsáno výše uvedeným způsobem ve všech případech bez ohledu na to, zda je navrhující organizace soukromá nebo veřejná.



Při rozhodování, kdy výběrové řízení realizovat, musí být brány do úvahy zákonné lhůty vyplývající z legislativy (ze zákona č. 134/2016 Sb. o zadávání veřejných zakázek a zároveň z prováděcího NK 2015/1831). Smlouva mezi SZIF a kompetentním orgánem musí být uzavřena do 90 kalendářních dnů od rozhodnutí Komise, jímž se daný program schvaluje. Po uplynutí této lhůty lze EK požádat o její prodloužení, ale této žádosti nemusí EK vyhovět.

3.8. Provádění programu navrhující organizací

Navrhující organizace může provádět určité části jednoduchého programu sama, pokud jsou splněny tyto podmínky:

- navrhující organizace má nejméně tříletou praxi v oblasti provádění informačních a propagačních opatření a
- navrhující organizace zaručí, že náklady na opatření, která se chystá sama provést, nepřekročí sazby běžně používané na trhu.

4. KONZULTACE NÁVRHU PROGRAMU

4.1 Úloha členského státu v novém režimu propagace

Členský stát prostřednictvím svých kompetentních orgánů, kterými jsou v České republice Státní zemědělský intervenční fond (SZIF) a Ministerstvo zemědělství (MZe) může žadatelům poskytnout nezbytné konzultace při přípravě a předkládání propagačního programu.

V případě, že se jedná o jednoduchý program, SZIF zajišťuje v případě jeho schválení administraci programu – uzavírá s žadatelem smlouvu, schvaluje propagační materiály, provádí kontroly a vyplácí finanční prostředky.

V režimu nové propagační politiky již členské státy nemohou programy spolufinancovat z národních zdrojů.

4.2 Konzultace návrhu programu s kompetentními orgány v ČR

V případě zájmu může žadatel konzultovat návrh programu s kompetentními orgány v ČR. Žádost o konzultaci musí být **písemná a doručena SZIF nejpozději 20 dní před lhůtou pro podávání návrhů** programů uvedené ve Výzvě k předkládání návrhů jednoduchých programů. S žadatelem bude domluven termín konzultace, kterého se zúčastní zástupci SZIF a MZe. Výstupem z jednání bude stanovisko, ve kterém budou uvedeny připomínky a doporučení k úpravě návrhu programu. Žadatel obdrží stanovisko v písemné formě. Stanovisko je pro žadatele nezávazné. O finální podobě návrhu programu předkládaného ke schválení rozhoduje žadatel.



Po případné konzultaci s kompetentními orgány žadatel předloží propagační program ke schválení přímo agentuře CHAFEA v termínu a formě dané Výzvou k předkládání programů.

Programy se již nepředkládají ke schválení prostřednictvím SZIF. Nicméně doporučujeme finální verzi programu zaslat kompetentním orgánům na vědomí. Oznámení je vhodné i tehdy, pokud se žadatel po konzultaci programu rozhodne žádost nepředložit.

5. PŘEDLOŽENÍ PROPAGAČNÍHO PROGRAMU KE SCHVÁLENÍ

Návrhy jsou předkládány elektronicky přes speciální elektronický systém pro předkládání návrhů. Návrhy lze předkládat v jakémkoli úředním jazyce Evropské unie. Nicméně vzhledem k administraci jednoduchých programů členskými státy je vhodné návrhy předkládat v jazyce členského státu. Zároveň je ale doporučeno pro snadný hodnocení návrhů nezávislymi experty přiložit anglický překlad technické části B.

Rozsah žádosti o program je omezen na 70 stran.



Žádost lze tedy podat **pouze on-line**, a to ve lhůtě stanovené ve Výzvě. Program může být zpracováván postupně. Před jeho odesláním je vhodné překontrolovat, zda je žádost kompletní včetně všech příloh, protože po jeho odeslání již nelze dodatečně vkládat žádná doplnění ani přílohy ani program nijak upravovat či měnit.

Doporučujeme program zadat do systému v dostatečném časovém předstihu před termínem uvedeným ve Výzvě. V případě zadání ke konci termínu nelze vyloučit technické problémy systému. Program odeslaný po čase uvedeném ve Výzvě nebude akceptován a bude moci být předložen až v dalším roce.

Podrobný technický postup předložení žádosti je popsán v Příručce pro žadatele – Jednoduché programy, vydané Evropskou komisí.²

6. HODNOCENÍ PROPAGAČNÍCH PROGRAMŮ A JEHO VÝSLEDKY

6.1 Způsob hodnocení programů

Každý z programů je hodnocen 3 nezávislymi experty a dle klíče uvedeného v příloze Ročního pracovního programu a ve Výzvě k předkládání programů jsou jim přiděleny body. Poté CHAFEA sestaví seznam programů podle počtu bodů v sestupné řadě pro každé téma uvedené v příloze Ročního pracovního programu. EK vydá prováděcí rozhodnutí, kterým se programy schvalují nebo zamítají na základě jejich hodnocení (počtu dosažených bodů).

² Příručka je dostupná zde <https://www.szif.cz/cs/eu-propagace-zemedelskych-produktu>, záložka Ke stažení – Důležité informace.

Výsledkem hodnocení může být:

- schválení programu,
- zařazení programu na tzv. rezervní list – v případě, že program obdrží dostatečný počet bodů, ale v daném tématu již byly vyčerpány finanční prostředky programy s více body,
- zamítnutí programu.

Ve všech výše uvedených případech SZIF informuje žadatele dopisem a žadatel dostane k programu evaluační zprávu.

6.2 Výsledek hodnocení programů

V případě schválení programu SZIF informuje žadatele dopisem a zároveň ho vyzve k předložení dokumentů vztahujících se k výběrovému řízení. V případě, že výběrové řízení proběhlo v souladu s legislativou, žadatel a SZIF podepíší smlouvu a to do 90 kalendářních dnů ode dne prováděcího rozhodnutí Komise, jímž se programy schválí.

Pokud je program zařazen na rezervní list, tak v případě, že některý ze schválených programů nebude realizován, bude považován za schválený každý další program, který je uvedený na rezervním listu a to dle pořadí do výše rozpočtu, který bude k dispozici za nerealizované programy. Maximální lhůta, ve které musí EK uvědomit kompetentní orgány, že některý z programů předložených žadateli v daném členském státě byl dodatečně schválen, činí 120 kalendářních dnů. Poté započne běžet lhůta 90 kalendářních dnů pro podpis smlouvy mezi SZIF a žadatelem.

V případě zařazení na rezervní list, pokud se program nedostane mezi schválené a v případě zamítnutí programu může žadatel program přepracovat dle připomínek uvedených v hodnotící zprávě a na základě Výzvy program opětovně předložit v následujícím roce.

7. SMLOUVA A ZÁLOHA

Jakmile obdrží SZIF od EK informaci o výsledku hodnocení programů, informuje příslušné navrhující organizace dopisem o tom, zda jejich žádost byla přijata či nikoli. S navrhujícími organizacemi, jejichž program byl schválen, SZIF uzavře smlouvu. Vzor této smlouvy je stanoven Komisí.

7.1 Smlouva mezi žadatelem a SZIF

SZIF uzavře smlouvu o provádění programu s žadatelem do 90 kalendářních dnů od oznámení rozhodnutí Komise za předpokladu, že provádějíci organizace byla žadatelem vybrána dle zákona o veřejných zakázkách. Po vypršení této lhůty nemůže již být uzavřena žádná smlouva bez předchozího povolení Komise. Datum zahájení provádění programu je první den měsíce následujícího po datu podpisu smlouvy. Toto datum je možné posunout až o 6 měsíců, zejména v případě propagace sezonních produktů, na který se program vztahuje, nebo účasti na konkrétní akci či veletrhu.

7.2 Záloha

Do 30 dnů ode dne, kdy byla podepsána smlouva mezi SZIF a navrhující organizací, může navrhující organizace SZIF předložit žádost o zálohu spolu se zárukou. Záloha je vyplacena pod podmínkou, že navrhující organizace složila ve prospěch příslušného SZIF záruku, která se rovná výši zálohy, v souladu s kapitolou IV nařízení Komise v přenesené pravomoci (EU) č. 907/2014. Záloha činí nejvýše 20 % maximálního finančního příspěvku Unie. SZIF provede platbu zálohy buď do 30 dnů od data přijetí záruky, nebo ve lhůtě 30 dnů od 10. dne před zahájením provádění programu, podle toho, co nastane později.

8. KONTAKTY

Státní zemědělský intervenční fond

Oddělení dotací včelařských opatření, cukru a propagace

Ve Smečkách 33

110 00 Praha 1

Tel.: 222 871 543, 222 871 636

E-mail: propagace_eu@szif.cz

Datová schránka: jn2aiqd