

NEJČASTĚJI KLADENÉ DOTAZY 9. VÝZVA – OPATŘENÍ 5.2. B) ZÁMĚR

V Praze dne 26. června 2017

	OTÁZKA	ODPOVĚĎ
1.	Lze v rámci propagační kampaně propagovat chráněné zeměpisné označení původu, obdobně jako v OPR 2007-2013 (např. Třeboňský kapr či Pohořelický kapr)?	Jedná se o značku a nelze propagovat chráněné zeměpisné označení původu. Dle nařízení 1198/2006 byla výjimka na podporu produktů uznaných dle nařízení 510/2006. Nové nařízení 508/2014 tuto výjimku neobsahuje. Dle čl. 68 nařízení 508/2014 nesmí být operace zaměřeny na obchodní značky (nařízení o zemi původu již nehovoří). Podporu lze směřovat do propagačních aktivit vyjma propagace konkrétních obchodních značek.
2.	Lze v rámci propagační akce realizovat také prodejní stánky s prodejem ryb, produktů z ryb a rybích jídel?	Dodavatel celé akce, kterého si vysoutěžíte, by měl dělat ochutnávky, soutěže a dávat ryby jako výhry. Prodávat ryby s konkrétním názvem nějakého Rybářství, by se mělo realizovat mimo projekt. Lze určitě realizovat část i vlastními silami nebo si někoho najmout. Není striktně dáno, že na vše musí být dodavatel. Nesmí však dojít k dvojímu financování, musí být dobré výkazy a v případě přímé objednávky je potřeba mít cenu v místě obvyklou, tedy podchyceno průzkumem trhu apod. Loga firem nesmí být na stáncích uvedeny, může být název kampaně např. "Slavnostní výlov rybníka Rožmberk". Prodej ryb lze realizovat vedle stánku propagační kampaně.
3.	Stánky - prodejní, kuchařské, apod., musí být označené identifikačními údaji provozovatele - akce jako taková by nebyla zaměřena na propagaci obchodních značek, ale na obecnou propagaci tradičního rybářství, ryb, produktů a pokrmů z ryb, případně by bylo propagováno chráněné zeměpisné označení původu, nicméně případné prodejní stánky musí být označeny firmou provozovatele. Věřím, že takové označení stánku je v	Dodavatel celé akce, kterého si vysoutěžíte, by měl dělat ochutnávky, soutěže a dávat ryby jako výhry - zde není nutné provozovatele uvádět, když se nejedná o prodej. Prodávat ryby s konkrétním názvem nějakého Rybářství by se mělo realizovat mimo projekt. Loga firem nesmí být na stáncích uvedeny, může být např. název kampaně "Slavnostní výlov rybníka Rožmberk", ale projekt nesmí být postaven na zisku z prodeje ryb a občerstvení. Prodej ryb a

	pořádku a neporušuje nařízení o tom, že akce nesmí být zaměřena na propagaci obchodních značek. Lze to tak realizovat?	občerstvení lze realizovat i s logem firmy, ale mimo projekt např. vedle stánků ke kampani.
4.	Do jaké rozpočtové položky lze uplatnit výdaje na vlastní zaměstnance pro zajištění organizace akce (na základě výplatních a zúčtovacích listin) - např. na praktické ukázky, odborné exkurze, organizační zabezpečení (příprava, úklid, apod.)? Protože v položce 005 Personální zajištění akce jsou náklady pouze na externí pracovníky (kuchaři, hostesky, fotograf, apod.)	Číselník takovou položku neobsahuje. Bylo předpokládáno, že bude vše řešeno dodavatelem. Bude tedy nutné výdaje na vlastní zaměstnance rozdělit pod kódy, praktické ukázky - 003-03 Praktické ukázky, odborné exkurze - 003-04 Odborné exkurze, úklid - 006-08 Úklidové služby.
6.	Lze uplatnit způsobilý výdaj nákup surovin pro přípravu občerstvení - strouhanka, olej, mléko, apod.?	Dodavatel Vám realizuje akci, pokud pro ochutnávky z ryb bude potřebovat strouhanku, olej atd. budou tyto položky zahrnuty v realizaci akce a budou vyfakturovány dodavatelem celé akce.
7.	Musí být např. veškeré pořízené stánky opatřené povinnou publicitou? Z pravidel pro publicitu se mi zdá, že to úplně nevyplývá, ale z popisu rozpočtové položky spíše ano.	Při realizaci akce musí příjemce umístit na snadno viditelném pro veřejnost (jako jsou vstupní prostory budovy) alespoň jeden plakát s informacemi o projektu (minimální velikost A3). Pokud příjemce realizuje více projektů v jednom místě z OP Rybářství, je možné pro všechny tyto projekty umístit pouze jeden plakát o minimální velikosti A3. Plakát musí být umístěn i u příjemce po dobu udržitelnosti. Veškeré letáky a např. pexesa rozdávané na akci musí splňovat publicitu. Ano, i když to přímo Pravidla neukládají, doporučujeme i stánky opatřit povinnou publicitou.
8.	Chtěl bych si prostřednictvím tohoto opatření pořídit mobilní stánky za účelem zlepšení propagace a prodeje ryb s cílem zvýšení informovanosti a povědomí veřejnosti o produktech akvakultury. Byla by zlepšena kvalita prodeje ryb, welfare ryb, vzhledem k zpracování ryb i vyšší kvalita služeb pro zákazníky (zpracování konkrétní ryby pro zákazníka na místě). Dále bych si projektem pořídil tyto způsobilé výdaje: stůl skládací s přepážkou 5 ks, stůl skládací na zpracování ryb 5 ks, digitální váha 5 ks, pokladna (EET) 5 ks, kádě na ryby 10 ks, kompresor na provzdušňování vody 5 ks, měnič napětí 5 ks."	V tomto opatření nelze realizovat prodeje ryb ani jiné placené služby pro zákazníky. Toto opatření slouží k propagaci ryb, tj. např. k předvádění živých ryb, nebo postupu jejich zpracování bez fáze prodeje. Nelze si nárokovat způsobilé výdaje, které jsou zjevně investicemi do prodeje ryb, např. digitální váha 5 ks a pokladna (EET) 5 ks. A pokud další pořízené věci budou v době udržitelnosti projektu používány v běžném provozu rybářského podniku, nebudou plnit účel projektu podpořeného z opatření 5.2., záměr b).