**PRIRUČNIK**

**ZA PROGRAME PROMOCIJE POLJOPRIVREDNIH PROIZVODA**

**U OKVIRU**

**UREDBE VIJEĆA (EZ) BR. 3/2008 I UREDBE KOMISIJE (EZ) BR. 501/2008**

**VERZIJA OD 07.07.2014.**

[1. Opće informacije, smjernice, definicije za procjenu i upravljanje programima za promociju poljoprivrednih proizvoda u okviru Uredbe vijeća (EZ) br. 3/2008 4](#_Toc373482096)

[1.1. Opće informacije 4](#_Toc373482097)

[1.2. Ciljevi 4](#_Toc373482098)

[1.3. Definicije 5](#_Toc373482099)

[1.4. Podnošenje programa na nacionalnoj razini 5](#_Toc373482100)

[1.5. Izvoditelji 7](#_Toc373482101)

[1.6. Prioritetni programi 10](#_Toc373482102)

[1.7. Dozvoljeni troškovi i specifikacija prihvatljivih dokaza za svaki nastali dozvoljeni trošak 10](#_Toc373482103)

[1.8. Sklapanje ugovora i polog sredstva osiguranja 14](#_Toc373482104)

[1.9. Financijski doprinosi 14](#_Toc373482105)

[1.10. Plaćanja predujmova i plaćanja tijekom provedbe 14](#_Toc373482106)

[1.11. Plaćanje preostalog iznosa 15](#_Toc373482107)

[1.12. Radna skupina za praćenje programa 15](#_Toc373482108)

[1.13. Kontrole 15](#_Toc373482109)

[1.14. Smanjenja, povrat neopravdanog plaćanja i kazne 16](#_Toc373482110)

[2. Priprema prijave 16](#_Toc373482111)

[2.1. Naziv programa 16](#_Toc373482112)

[2.2. Predlagatelj programa 16](#_Toc373482113)

[2.3.Izvoditelji 16](#_Toc373482114)

[2.4. Detalji programa 17](#_Toc373482115)

[2.5. Opis programa 18](#_Toc373482116)

[2.5.1. Opći kontekst - situacija na tržištu i potražnja 18](#_Toc373482117)

[2.5.2. Cilj (evi) 19](#_Toc373482118)

[2.5.3. Strategija programa 19](#_Toc373482119)

[2.5.4. Ciljane skupine 20](#_Toc373482120)

[2.5.5. Tema koja se pokriva i glavne poruke koje se prenose 20](#_Toc373482121)

[2.5.6. Aktivnosti 21](#_Toc373482122)

[2.6. Predvidljivi učinci/procjena 22](#_Toc373482123)

[2.7. EU dimenzija programa 22](#_Toc373482124)

[2.8. Proračun 23](#_Toc373482125)

[2.9. Plan financiranja 26](#_Toc373482126)

[2.10. Ostale relevantne informacije 27](#_Toc373482127)

[3. Najčešći razlozi odbijanja programa 27](#_Toc373482128)

[4. Dodatak 29](#_Toc373482129)

# 1. Opće informacije, smjernice, definicije za procjenu i upravljanje programima za promociju poljoprivrednih proizvoda u okviru Uredbe vijeća (EZ) br. 3/2008

## **1.1. Opće informacije**

Strukovne i međustrukovne organizacije mogu dobiti financijsku potporu za programe promocije u skladu s Uredbom Vijeća (EZ) br. 3/2008 i Uredbom Komisije (EZ) br. 501/2008, i njihovim izmjenama i dopunama. Ti programi moraju biti u skladu s odredbama tih propisa.

Programi se podnose na posebnom obrascu koji se može naći na Internet stranici u prilogu ovoga priručnika da bi se mogli smatrati kao prijava za potporu, a isti prijavni obrazac preveden je na hrvatski jezik i priložen je uz Javni poziv. Prijave se podnose unutar rokova navedenih u drugom stavku članka 8. (1) i članka 11. (1) Uredbe Komisije (EZ) br. 501/2008. Prijave se podnose nadležnim tijelima Država članica (vidi popis nadležnih tijela u prilogu).

Shema promocije poljoprivrednih proizvoda je dio zajedničke poljoprivredne politike i financira se u okviru Europskog poljoprivrednog jamstvenog fonda (EPJF), koji financira tržišne mjere.

Financiranje zajedničke poljoprivredne politike uspostavljeno je Uredbom Vijeća (EZ) br. 1290/2005. U cilju učinkovite zaštite financijskih interesa EU, ova Uredba zahtjeva od država članica da, između ostalog:

* usvoje sve zakone, propise i upravne odredbe potrebne za ovu mjeru EPJF;
* uspostave učinkovit sistem upravljanja i kontrole.

Uredba Vijeća (EZ) br. 3/2008 i Uredba Komisije (EZ) br. 501/2008 o informiranju i promotivnim mjerama za poljoprivredne proizvode na unutarnjem tržištu i u trećim zemljama provode se unutar upravnog i financijskog okvira upravljanja navedenog u spomenutoj uredbi o financiranju zajedničke poljoprivredne politike.

* Od države članice se traži da koristi standardne ugovore pripremljene od strane Komisije za promicanje poljoprivrednih proizvoda na unutarnjem tržištu i u trećim zemljama. Međutim, ako smatraju korisnim, nadležna državna tijela mogu dodati klauzule koje nisu navedene u tim ugovorima.

## **1.2. Ciljevi**

Opći cilj ove sheme je ojačati i nadopunjavati inicijative država članica u provedbi mjera informiranja i promicanja usmjerenih na isticanje bitnih osobina i prednosti proizvoda Europske unije, prije svega kakvoću i sigurnost hrane, posebnih metoda proizvodnje, prehrambene i zdravstvene aspekte, označavanje, visoke standarde dobrobiti životinja i brige za okoliš (članak 2. Uredbe (EZ) br 3/2008).

Svrha ovog priručnika je omogućiti nadležnim državnim tijelima i reprezentativnim trgovinskim organizacijama da podnesu programe promocije, da ih procjene što je objektivnije moguće na temelju uniformnog metodičkog pristupa i da upravljaju programima tijekom njihova trajanja.

## **1.3. Definicije**

**Program: sveobuhvatan skup aktivnosti u obimu koji je dostatan pridonijeti poboljšanju informacija o dotičnim proizvodima i njihovoj prodaji (članak 1. Stavak 2. Uredbe (EZ) br. 501/2008).**

**Reprezentativna trgovinska organizacija** -taj pojam je definiran od strane Republike Hrvatske u članku 4. Uredbe o provedbi Uredbe Vijeća (EZ) br. 3/2008 i uredbe Komisije (EZ) br. 501/2008 o mjerama informiranja i promocije poljoprivrednih proizvoda („Narodne novine“; br. 78/13), uzimajući u obzir ciljeve zakonodavstva Europske unije, posebice ciljeva za svaki sektor u smjernicama iz Priloga I Uredbe (EK) br.501/2008 (članak 8 i 9 Uredbe (EK) br.501/2008).

**Mjere:** mjere koje promoviraju i pružaju informacije o poljoprivrednim proizvodima i metodama njihove proizvodnje, kao i prehrambenih proizvoda. Ove mjere ne smiju biti usmjerene na proizvode s oznakom robne marke (članak 1 Uredbe (EZ) br. 3/2008).

## **1.4. Podnošenje programa na nacionalnoj razini**

**Nadležno državno tijelo objavljuje natječaje za prijedloge za sektore u svojoj nadležnosti, navodeći posebno prioritetne teme, tržišta i vrste mjera kao i rokove za podnošenje prijedloga programa i prijava za financiranje te okvirni datum početka mjera (članak 7 Uredbe (EZ) br. 3/2008). Javni poziv može se odnositi za sve programe ili za jedno ili više tržišta, tema ili vrsta mjera. Zajednički pozivi za dostavu prijedloga mogu se objaviti kako bi se osiguralo da programi koji uključuju više proizvoda ili više država članica budu koordinirani.**

Javni pozivi moraju biti poslani:

* - reprezentativnoj trgovinskoj organizaciji
* - nadležnim tijelima drugih država članica Europske unije.

**Nakon objave Javnog poziva, zainteresirane trgovinske organizacije dostavljaju prijedloge programa nadležnim tijelima u rokovima iz članka 8. Uredbe (EZ-a) br. 501/2008.**

Prijedlozi programa moraju biti:

- poslani nadležnim nacionalnim tijelima, datirani i potpisani od osobe odgovorne za program

- napisani na jednom od službenih jezika EU. U prilogu moraju imati sažetak prijedloga na jednom ili više ostalih službenih jezika EK.

Osim toga, uz pravilno popunjen informacijski obrazac predlagatelja programa, potrebno je priložiti stratešku i marketinšku analizu sa priloženim kratkim opisom pozadine predloženog programa.

Programi koji uključuju nekoliko zemalja moraju sadržavati sljedeće podatke:

Podaci o definiranom koordinatoru između sudionika i nadležnih tijela država članica. Zadaća koordinatora je upravljati:

* Izvještavanjem (koje može biti odobreno od strane drugih država članica uključenih u program),
* Provjerom materijala (koji može biti odobren od strane drugih država članica uključenih u program),
* Isplatama, ako je moguće (definirano u prethodne spomenutom prije sastanka, koje može biti odobreno od strane drugih država članica uključenih u program),
* Organizacijama sastanaka Radne skupine za praćenje programa.

Prijedlozi programa moraju sadržavati sljedeće opće podatke:

* države članice i organizacije koje sudjeluju u programu;
* ciljana tržišta (odredišne zemlje) i ciljane skupine, naročito one navedene u smjernicama iz Uredbe (EZ) br. 501/2008. Prijedlog se može odnositi na jednu ili više zemalja, ali se mora dostaviti za svaku pojedinu zemlju. Ukoliko je ista strategija, ciljane skupine i/ili rješenje za nekoliko tržišta, to treba biti jasno objašnjeno u prijedlogu programa;
* utvrđuju se tržišta. Za svaku ciljanu zemlju i temu (teme) ili proizvod (proizvode), predlagatelj treba dati kratku analizu tržišta u cilju procjene prikladnosti predloženog programa i komunikacijske strategije;
* opis ciljeva programa i njihove povezanosti s predloženim mjerama;
* opis raspoređenih resursa, specificirajući izvoditelje ili način na koji će oni biti odabrani (komunikacijske agencije, dizajnerske agencije, agencije za odnose s javnošću, istraživačke agencije, itd.);
* navodi se detaljan opis projekta po tipu mjere (medijske kampanje; kampanje između redova; seminari; konferencije; sudjelovanja na prezentacijama, sajmovima ili izložbama; kampanje za odnose s javnošću; itd), specificirajući, gdje je moguće, izvoditelja odgovornog za svaku mjeru. Međutim, detalji mjera mogu se mijenjati temeljem službenog odobrenja ovjerenog od nadležnog državnog tijela nakon procjene rezultata već provedenih mjera ili, ako je ugovor već potpisan, u slučaju nužde;
* detaljan prijedlog vremenskog slijeda provedbe programa.

 Predloženi program može trajati najviše tri godine.

 Prijedlog programa mora biti popraćen proračunom koji mora:

* biti dovoljno detaljan kako bi se omogućila identifikacija, praćenje i kontrola predloženog programa, specificirajući vrstu izdataka u prilogu ugovora;
* uključivati, na prihodovnoj strani:
1. izravan doprinos predlagatelja programa;
2. detaljan doprinos iz ostalih izvora;
3. ostale potencijalne prihode projekta, uključujući, gdje je prikladno, bilo koje pristojbe naplaćene sudionicima u određenim mjerama;
4. financijske doprinose koji se traže od Europske komisije i jedne ili više država članica;
5. u slučaju da se prihvati prijedlog programa, predlagatelj programa mora se obvezati da tijekom provedbe predloženog programa neće za isti program koristiti nikakve druge financijske doprinose EU ili njezinih država članica

S obzirom na financijske sposobnosti organizacija predlagateljicauz predložene programe se prilaže slijedeća dokumentacija:

- Statut,

- Financijski podaci, bilance stanja i godišnjih izvješća za posljednje tri financijske godine;

- ako je primjenjivo, svi ostali dokumenti koji dokazuju financijske, tehničke i stručne sposobnosti predlagatelja programa;

- ako je je primjenjivo, opis sličnih projekata u protekle dvije godine.

## **1.5. Izvoditelji**

1.5.1. Natječajni postupak:

Kao odgovor na Javni poziv, trgovinske organizacije trebaju dostaviti svoje prijedloge programa.

Za definiranje strategije i sadržaja provedbe programa mogu se, ako je potrebno, konzultirati

s jednim ili više izvoditelja odabranih putem natječajnog postupka.

U skladu s člancima 6. i 9. Uredbe Vijeća (EZ) br. 3/2008, a u svrhu provedbe programa, djelomično ili potpuno, predlagatelji programa trebaju odabrati jednoga ili više pružatelja usluge (u daljnjem tekstu „izvoditelji“ ) kroz natječaj. U skladu sa člankom 8. i 12. Uredbe (EZ) br. 501/2008, izvoditelji mogu biti odabrani nakon podnošenja dosjea natječajnog postupka Republici Hrvatskoj, ali moraju biti odabrani prije potpisivanja ugovora. Programi trebaju sadržavati dovoljno pojedinosti koje omogućavanju procjenu njihove usklađenosti s važećim propisima i omjerom troškovne učinkovitosti (članci 8. i 9. Uredbe (EZ) br. 501/2008).

U slučaju da je predlagatelj programa tijelo regulirano javnim pravom u skladu s člankom 13. stavak 2 Uredbe Komisije (EZ) br. 501/2008 (u smislu članka 1. stavka 9. Direktive 2004/18/EZ i zakonodavstva RH), pravila javne nabave propisna u tom zakonodavstvu moraju se poštivati, naročito članci 2., 28., 7., 35. stavak 2. te dodatak VIII Direktive 2004/18/EZ. Nadalje, Republika Hrvatska će poduzeti potrebne mjere da osigura da je postupak ugovaranja s izvoditeljima u skladu s tom Direktivom i odgovarajućim nacionalnim zakonodavstvom.

Sve dostupne informacije koje se odnose na izbor izvoditelja od strane organizacije predlagateljice treba poslati nadležnom tijelu zemlje članice.

1.5.2 Natječani postupak se provodi u skladu s načelom nediskriminacije.

Načelo nediskriminacije zahtijeva transparentnost koja podrazumijeva osiguravanje dostatne , promidžbe, u skladu s važećim propisima, kako bi ugovori o uslugama bili otvoreni za natjecatelje te kako bi se mogla pratiti nepristranost postupka.

Tim se načelom zahtijeva i da sve faze postupka sklapanja ugovora poštuju načelo jednakog postupanja s podnositeljima kako bi se za sve podnositelje osigurale jednake mogućnosti pri pripremi njihovih ponuda.

Zato je neophodno da se rok, kojega stručne i sektorske organizacije određuju za podnošenje ponuda izvoditeljima dogovori s izvoditeljima te da je rok u skladu sa stupnjem složenosti dokumentacije i da izvoditelji mogu pripremiti ponude u zadovoljavajućim uvjetima.

Natječajni postupak koji se poštuje u okviru programa promocije utvrđen je s člankom 8. stavkom 3., člankom 12. i člankom 13. stavkom 2. Uredbe (EZ) br 501/2008 kojim je predviđena primjena nacionalnih pravila. Budući da je u prošlosti Europski revizorski sud otkrio niz problma u pogledu pravila o javnoj nabavi u kontekstu programa promocije koje je donijela Komisija, čini se primjerenim podsjetiti na važnost poštivanja tih pravila. Kako bi se nadležnim tijelima pomoglo odrediti najniži standard koji je potrebno poštovati, službe Komisije kao primjer preporučuju Financijske uredbe (EU, EURATOM) br. 966/2012 kojima je predviđeno slijedeće:

1. Poziv za podnošenje ponuda treba objaviti u odgovarajućem nacionalnom mediju.
2. Za odabir izvoditelja Financijskom uredbom Europske komisije predviđeno je sljedeće:

-za iznose od 0 EUR do 1000 EUR predviđeno je jedinstveno plaćanje na temelju računa bez natječaja,

-za iznose od 1000 EUR do 15000 EUR predviđen je pregovarački postupak s najmanje jednom ponudom,

-za iznose od 15000 EUR do 60000 EUR predviđen je pregovarački postupak s najmanje tri kandidata,

-za iznose od 60000 EUR do 134000 EUR predviđen je poziv na iskaz interesa,

-za iznose od 134.000 naviše preporučuje se primjena otvorenog postupka ili, ako su tržišni sudionici poznati i njihov je broj ograničen, ograničeni postupak s najmanje pet kandidata.

Objektivni kriteriji odabira moraju biti postavljeni prije nego je postupak pokrenut, a o tome treba obavijestiti konzultirana tijela u objavljenom pozivu na natječaj.

Tijekom natječajnog postupka organizacije predlagateljice osiguravaju da izvoditelji i davatelji usluga imaju potrebnu gospodarsku, financijsku i tehničku sposobnost, a naročito obilježja navedena u nastavku:

1.5.2.1 predlagatelji programa mogu koristiti vlastite resurse za provedbu određenih dijelova svojih programa osiguravajući da:

a) prijedlog za provedbu je u skladu s člankom 11. Uredbe (EZ) br. 3/2008;

b) predlagatelj programa ima najmanje pet godina radnog iskustva u provedbi takvih mjera (članak 13. Uredbe (EZ) br. 501/2008.);

c) dio programa koje provodi predlagatelj programa ne predstavlja više od 50% od ukupne cijene, osim u iznimnim i opravdanim slučajevima, i nakon pisanog odobrenja Komisije

d) predlagatelj programa osigurava da troškovi mjera koje namjerava provoditi, ne prelaze uobičajenu cijenu na tržištu.

Nadležni organ provjerava ispunjavanje tih uvjeta.

1.5.2.2 Opći uvjeti za izvoditelje

Izvoditelji koje odaberu predlagatelji programa moraju dostaviti podatke koji pokazuju da je njihova tvrtka financijski zdrava i da posjeduju potrebnu infrastrukturu i osoblje odgovarajućeg iskustva za provedbu mjera.

1.5.2.3 Financijski i ekonomski kapacitet

Financijski i ekonomski kapacitet izvoditelja procjenjuje se na temelju sljedećih dokumenata:

1. kratki opis tvrtkine gospodarske aktivnosti koja se odnosi na usluge
 za koji će biti odgovorna prema predloženom programu;
2. završni račun ili izvaci iz završnog računa, gdje je objavljivanje završnog računa sukladno Zakonu o trgovačkim društvima u zemlji u kojoj je utemeljen.

1.5.2.4 Tehnički kapaciteti i vještine osoblja

Izvoditelji moraju dostaviti sljedeće podatke:

a) opis profesionalnih vještina osoblja;

b) opis temeljnih radova koje su napravili u prošlosti;

c) dokaz o poznavanju situacije u zemlji ili zemljama za područje koje program pokriva;

d) opće poznavanje predmetnih proizvoda i tema, radno iskustvo s ostalim strukovnim i unutrašnjim organizacijama i/ili poljoprivrednim ili poljoprivredno-prehrambenim djelatnostima i/ili javnim ustanovama u sektoru.

1.5.2.5 Mjerila za isključenje izvoditelja

Predlagatelji programa moraju isključiti izvoditelje čim nastupi jedna od slijedećih okolnosti:

a) ako su u stečaju, likvidaciji, ako su prestali obavljati djelatnost, ako je protiv njih pokrenut sudski postupak, u predstečajnom postupku, ako su predmet postupka sličnih mjera.

b) ako su osuđeni za kazneno djelo;

c) ako imaju dugove za socijalno osiguranje, poreze i carine.

1.5.3 Podaci koji se šalju nadležnim tijelima

U svrhu provjere odredbi iz članka 25. Uredbe (EZ) br. 501/2008 predlagatelji programa pohranjuju sve dokumente koji opravdavaju njihov izbor izvoditelja.

## **1.6. Prioritetni programi**

Prednost će se dati programima predloženih od više od jedne države članice ili mjerama koje će se provoditi u više od jedne države članice ili više od jedne treće zemlje (članak 8. Uredbe (EZ) br. 3/2008).

## **1.7. Dozvoljeni troškovi i specifikacija prihvatljivih dokaza za svaki nastali dozvoljeni trošak**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **TROŠKOVI** | **Dokaz nastanka troška** | **Napomena** |
| **1** | **Objavljivanje reklama u medijima** |  |  |
| 1.1. | oglašavanje u tisku |  |   |
| 1.1.1. | izrada reklame za tisak | kopija računa |   |
| 1.1.2. | zakup oglasnog prostora u tisku | kopija računa, tisak u kojem je objavljena reklama |  za svaki tisak jedan cijeli primjerak |
| 1.2. | oglašavanje na TV i radiju |  |   |
| 1.2.1. | produkcija reklame za TV i radio | kopija računa |   |
| 1.2.2. | zakup oglasnog prostora na TV-u i radiju | kopija računa, DVD sa audio i video oglasom |   |
| 1.3. | oglašavanje na internetu |  |   |
| 1.3.1. | izrada web-stranice | kopija računa, adresa stranice |   |
| 1.3.2. | redizajn web stranice | kopija računa, adresa stranice |   |
| 1.3.3. | izrada web kataloga proizvoda | kopija računa, link na web katalog |   |
| 1.3.4. | usluga uvođenja višejezičnih web stranica | kopija računa, adresa stranice |   |
| 1.3.5. | zakup internetskog oglasnog prostora (banner) | kopija računa, print screen oglasa na internetu |   |
| **2** | **Izrada i distribucija promotivnih materijala** |  |  |
| 2.1. | izrada promotivnih materijala  |  |  |
| 2.1.1. | izrada kataloga proizvoda | kopija računa,primka (potpisana i ovjerena od strane primatelja),1 primjerak kataloga  |   |
| 2.1.2. | izrada profesionalnih fotografija | kopija računa,primka (potpisana i ovjerena od strane primatelja), 1 primjerak fotografije |   |
| 2.1.3. | grafičko oblikovanje | kopija računa |   |
| 2.1.4. | produkcija promotivnih spotova, filmova | kopija računa, DVD sa spotom/filmom |   |
| 2.1.5. | izrada promotivnih materijala (leci, posteri, pozivnice, promo pokloni, knjige, brošure) | kopija računa,primka (potpisana i ovjerena od strane primatelja), 1 primjerak svakog pojedinog promo materijala,  |   |
| 2.1.6. | izrada posjetnica | kopija računa, primka (potpisana i ovjerena od strane primatelja), 1 primjerak posjetnice |   |
| 2.1.7. | prijevod promotivnih materijala | kopija računa, primjerak prevedenog materijala |   |
| 2.2. | distribucija promotivnih materijala |  |  |
| 2.2.1. | prijevoz | kopija računa, teretni list  |  |
| 2.2.2. | usluga distribucije | kopija računa, primka (potpisana i ovjerena od strane primatelja)  |  |
| **3** | **Marketinška aktivnost**  |  |  |
| 3.1. | najam |  |  |
| 3.1.1. | najam izložbenog prostora/štanda | kopija računa, fotografija štanda (sa datumom fotografiranja) |   |
| 3.1.2. | najam prodajnog prostora (kućica za izlaganje) | kopija računa, fotografija prostora-kućice (sa datumom fotografiranja) |   |
| 3.1.3. | najam prostora za promociju | kopija računa |   |
| 3.1.4. | najam opreme i pribora | kopija računa |   |
| 3.2. | kupnja |  |  |
| 3.2.1. | oprema i pribor, osim trajne imovine pojedinačne vrijednosti veće od 500,00 kn | kopija računa |   |
| 3.3. |  usluge  |  |  |
| 3.3.1. | catering, ručkovi, večere | kopija računa, potpisna lista sudionika | na potpisnoj listi potrebno je navesti, osim općih podataka o svakom sudioniku i njihovu funkciju i svrhu sudjelovanja u aktivnosti (Ugovor, Dodatak III, točka C 1.) |
| 3.3.2. | aranžiranje | kopija računa, fotografija aranžmana |  |
| 3.3.3. | uredske usluge na događanju (internet, printanje, kopiranje, korištenje računala) | kopija računa |   |
| 3.3.4. | usluge različitih stručnjaka (prijevod, predavači, moderatori, novinari, fotografi, sommelieri) | kopija računa |   |
| **4** | **Evaluacija rezultata** |  |  |
| 4.1. | Evaluacija rezultata nakon svake godišnje faze | kopija računa | do 3% stvarnih troškova provedbe mjera, a evaluator mora biti neovisno vanjsko tijelo (Ugovor, Dodatak III točka C 5.) |
| 4.2. | Godišnja evaluacija rezultata završne faze (uključujući evaluaciju svih mjera iz programa) | kopija računa | do 5% stvarnih troškova provedbe mjera, a evaluator mora biti neovisno vanjsko tijelo (Ugovor, Dodatak III točka C 5.) |
| **5.** | **Troškovi prijevoza, smještaja i dnevnica** |  |  |
| 5.1. | prijevoz |  |  |
| 5.1.1. | prijevoz vlakom | putni nalog, original karta za vlak | dozvoljen je trošak prve klase |
| 5.1.2. | prijevoz autom | putni nalog, specifikacija datuma i mjesta polaska i povratka te prijeđene udaljenosti, print mape putovanje (www.map.hak.hr) | najviše 0,25€/km (Ugovor Dodatak III točka B 2.1) |
| 5.1.3. | avionske karte | putni nalog, avionska karta u ekonomskoj klasi sa ukrcajnom propusnicom ili drugim odgovarajućim putnim dokumentima (npr. u slučaju online rezervacija ispis elektroničke rezervacije) | dozvoljen je trošak samo ekonomske klase |
| 5.2. | smještaj i dnevnice |  |  |
| 5.2.1. | hotelski smještaj (pojedinačno) | putni nalog, račun na ime  | najviše 120€/danu za smještaj za unutarnje tržište i 180€/danu za smještaj za treće zemlje (Ugovor Dodatak III točka B 2.2) |
| 5.2.2. | hotelski smještaj (za grupe) | putni nalog, račun na imena svih sudionika ili račun bez specifikacije imena, ali uz potpisnu listu svih sudionika | najviše 120€/danu za smještaj za unutarnje tržište i 180€/danu za smještaj za treće zemlje (Ugovor Dodatak III točka B 2.2) |
| 5.2.3. | dnevnice  | putni nalog, potpisano izvješće s puta, potpisna lista (ako je primjenjivo)blagajnička isplatnica/bankovni izvadak (potpisano i ovjereno) | 80€/dan za unutarnje tržište i 90€/dan ze treće zemlje (dnevnice pokrivaju troškove obroka, lokalnog prijevoza, telefona itd)- Ugovor Dodatak III točka B 2.2 |

## **1.8. Sklapanje ugovora i polog sredstva osiguranja**

U skladu s člankom 16. Uredbe (EZ) br. 501/2008, Republika Hrvatska će sklopiti Ugovore sa odabranim predlagateljima programa u roku od 90 kalendarskih dana nakon primitka obavijesti o odluci Komisije.

Republika Hrvatska koristi obrasce ugovora koje osigurava Komisija.

Prije zaključivanja ugovora, predlagatelj programa polaže sredstvo osiguranja koje iznosi 15% od najvećeg godišnjeg financijskog doprinosa iz EU i RH u korist nadležnog tijela (APPRRR).

Ukoliko je ugovorna organizacija tijelo uređeno javnim pravom, dostavlja pismenu garanciju ovjerenu od svog nadzornog tijela.

Ako obveze nisu pravilno ispunjene, potrebno je pozvati se na članak 20.Uredbe (EEZ) br 2220/85, koji definira "primarni uvjet".

## **1.9. Financijski doprinosi**

Financijski doprinos EU ne smije prelaziti 50% ukupnih troškova programa. Predlagatelji programa doprinose s najmanje 20% stvarnog troška programa. Preostale troškove snose države članice. (Članak 13. Uredbe (EZ) br. 3/2008.)

Za konverziju izdataka provedbenih tijela, ugovaratelja ili nadležnog nacionalnog tijela prije faze prijave Komisiji nadležno tijelo određuje primjenjivi tečaj u skladu s nacionalnim pravilima, poštujući najviše dopuštene iznose predviđene člankom 3.

## **1.10. Plaćanja predujmova i plaćanja tijekom provedbe**

Predujam do 30% od ukupnog doprinosa EU i RH može se tražiti u roku od 30 dana od početka svakog 12-mjesečnog perioda.

Predujam će biti isplaćen ako ugovoreni predlagatelj programa u korist države članice položi sredstvo osiguranja u iznosu od 110% od tog predujma.

Prijave za plaćanja tijekom provedbe mogu se podnijeti prije kraja kalendarskog mjeseca koji slijedi iza mjeseca u kojem istječe tromjesečno razdoblje izračunano od datuma potpisivanja ugovora (Članak 18. Uredbe (EZ) br. 501/2008).

Iznos predujma i plaćanje tijekom provedbe zajedno ne smiju iznositi više od 80% godišnjeg doprinosa EU i RH.

Plaćanje će se izvršiti u roku od 60 dana. Međutim, rok može biti pomaknut do 30 dana ako su potrebne dodatne informacije od ugovorenog predlagatelja programa (Članak 20. Uredbe (EZ) br. 501/2008).

## **1.11. Plaćanje preostalog iznosa**

Zahtjeve za plaćanje preostalog iznosa podnosi predlagatelj programa u roku od četiri mjeseca od završetka godišnjih mjera.

Zahtjev mora biti popraćen izvješćem koje uključuje:

a) sažetak obavljenog rada;

b) vrednovanje rezultata;

c) sažetak financijskog izvješća koji pokazuje sve predviđene i nastale izdatke;

d) popratni dokumenti koji se odnose na izvršena plaćanja, za koji moraju u potpunosti biti verificirani prije plaćanja preostalog iznosa (članak 19. Uredbe (EZ) br. 501/2008).

## **1.12. Radna skupina za praćenje programa**

Radna skupina za praćenje programa će biti sastavljena od predstavnika Komisije, države članice i predlagatelja programa.

To će omogućiti pravilnu provedbu programa praćenjem:

a) programa i vremenskog rasporeda za provedbu mjera;

b) plaćanja;

c) dosljednosti informacija i promotivnog materijala;

d) kvartalnih i godišnjih izvješća;

e) rezultata obavljenih kontrola;

f) preporuka iz privremenih i konačnih evaluacijskih izvješća, ako se program nastavlja u daljnjem trogodišnjem razdoblju. (Članak 24. Uredbe (EZ) br. 501/2008).

g) sa svakog sastanka Radne skupine trebaju se pripremiti zapisnici i dostaviti svakom sudioniku (npr. nadležnim državnim tijelima, Komisiji i predlagatelju programa). Ovi zapisnici moraju biti pripremljeni od nadležnih državnih tijela koje i organiziraju sastanak (u slučaju uključivanja više zemalja, to je koordinator).

h) Radna skupina za praćenje programa mora se sastati barem jednom godišnje za svaki program.

## **1.13. Kontrole**

Država članica provodi kontrole svake godine. Odabir programa koji će se kontrolirati bazira se na procjeni rizika.

Kontrole se trebaju provoditi u prostorijama ugovorenog predlagatelj programa i izvoditelja i trebaju potvrditi, između ostalog, da:

a) su dostavljene informacije i popratni dokumenti točni,

b) su ispunjene sve obveze utvrđene ugovorom

U skladu s Uredbom (EEZ) br. 1848/2006 treba obavijestiti Komisiju u vezi bilo kakve nepravilnosti.

Komisija može u bilo koje vrijeme napraviti kontrolu. Najmanje trideset dana prije obavljanja kontrole nadležno državno tijelo šalje Komisiji privremeni raspored. (članak 25 Uredbe (EZ) br. 501/2008).

## **1.14. Smanjenja, povrat neopravdanog plaćanja i kazne**

Ukoliko je zahtjev za plaćanje u tijeku provedbe podnesen sa zakašnjenjem, plaćanje se umanjuje za 3% za svaki mjesec kašnjenja (članak 18. i 19.Uredba (EZ) br. 501/2008).

U slučajevima neopravdanog plaćanja, korisnik vraća iznos zajedno sa dospjelim kamatama za razdoblje između dana primitka uplate i povrata sredstava (članak 26. Uredbe (EZ) br. 501/2008).

U slučaju prijevare ili grubog nemara, predlagatelj programa vraća dvostruki iznos razlike između iznosa u početku plaćanja i stvarno dospjelog iznosa (članak 27. Uredbe (EZ) br. 501/2008).

# 2. Priprema prijave

## **2.1. Naziv programa**

Navesti naziv programa.

## **2.2. Predlagatelj programa**

Pružiti informacije o reprezentativnosti predlagatelja programa za predmetni sektor na nacionalnoj i/ili europskoj razini (npr. udio na tržištu, proizvodi i/ili regijsku pokrivenost).

Potvrditi da svaka organizacija (predlagatelj programa) ima potrebne tehničke i financijske resurse kako bi se osigurala učinkovita provedba mjera. Republika Hrvatska može zatražiti dokumente koji se smatraju najprikladnijima za tu svrhu, kao što su kopije financijskih izvještaja i/ili godišnja izvješća za posljednje tri godine. Opis dosadašnjeg iskustva u provedbi usporedivih nacionalnih ili regionalnih programa.

## **2.3.Izvoditelji**

**Ako je izvoditelj odabran**

Detaljno opisati tijek natječajnog postupka, razloge odabira izabranih izvoditelja. Priložiti natječajnu dokumentaciju odabranih izvoditelja.

Napomena: izvoditelji moraju biti neovisni o predlagatelju programa.

Priložiti dokaz da izabrani izvoditelj(i) imaju potrebne tehničke i financijske kapacitete za obavljanja posla, uključujući i financijska sredstva, razmjerno s opsegom programa. Navesti veličinu i prirodu svih uključenih partnera.

**Ako izvoditelj još nije odabran**

Dostaviti planirani vremenski raspored i vrstu natječajnog postupka koji će se provoditi. U svakom slučaju izbor mora biti proveden prije potpisivanja ugovora. Nakon odabira izvoditelja, potrebno je odmah dostaviti podatke iz točaka 3.2 i 3.3 prijavnog obrasca.

**Ako predlagatelj programa odluči provoditi određeni dio programa**

Predlagatelj programa može provoditi određene dijelove programa, ako su zadovoljeni uvjeti navedeni u članku 13. Uredbe Komisije (EZ) br. 501/20081.

## **2.4. Detalji programa**

Prihvatljivi proizvodi navedeni su u Dodatku I.A i Dodatku II Uredbe (EZ) br. 501/2008. Promocija robnih marki nije prihvatljiva za EU sufinanciranje. Svako pozivanje na podrijetlo proizvoda mora biti komplementarno s glavnom porukom, iako se može ukazivati na podrijetlo proizvoda s oznakama kvalitete u skladu sa zakonodavstvom Europske unije (ZOI, ZOZP, ZTS ili RUP)

Proizvod koji se promovira treba definirati na način koji onemogućuje zamjenu sa sličnim proizvodima. Ove definicije treba uzeti u obzir u analizi tržišta.

Navesti da li je program usmjeren prvenstveno na informiranje, promociju, ili oboje.

Ako je program predstavljen zajednički od nekoliko predlagatelja ili u više država članica, potrebno je imati pristanak od država članica za sudjelovanje u određenom dijelu programa.

Popis prihvatljivih tržišta za provedbu programa u trećim zemljama naveden je u prilogu II Uredbe (EZ) br. 501/2008. Za programe na unutarnjem tržištu, ciljane zemlje mogu biti samo države članice Europske unije.

Program može trajati najmanje 12 mjeseci, a maksimalno 36 mjeseci (24 mjeseci u slučaju jaja). Program mora biti podijeljen u 12-mjesečne faze.

Ako se prijedlog odnosi na nastavak jednog ili više prijašnjih programa ili ako su slični programi tijeku ili su nedavno završili, treba navesti:

a) naziv, trajanje i ciljana tržišta prethodnih programa;

b) postignute rezultate, koji su poznati u vrijeme podnošenja programa.

Za potrebe vrednovanja prijedloga za nastavak programa i ocjene njegova omjera koristi i troškova službama Komisije uz taj prijedlog treba dostaviti pouzdanu ocjenu učinka svih prethodnih programa te relevantne tržišne studije, sveobuhvatne informacije o povratu ulaganja u slučaju programa promocije i čvrsto obrazloženje za nastavak financiranja sredstvima EU-a.

Ako je predlagatelj programa u mogućnosti program nastaviti u drugom trogodišnjem razdoblju, mora o tome izvijestiti odmah nakon završetka druge godine od prve tri godine, kako bi se izbjegao diskontinuitet koji bi mogao ozbiljno utjecati na učinak kampanje.

## **2.5. Opis programa**

Ovaj dio dokumenta sadrži potrebne podatke o tome kako pripremiti promidžbu programa. Isti sadrži upute i prijedloge za reprezentativne strukovne organizacije o tome kako pripremiti svoje promotivne programe. Konkretno, može pružiti metodološku podršku u dizajnu, planiranju, provedbi i praćenju prijedloga programa od države članice, zatim i Komisije.

Točke u nastavku govore o ključnim pitanjima koje treba uzeti u obzir, zastupljene u slijedećih pet kriterija:

a) usklađenost između provedenih mjera i ciljeva Uredbe;

b) aktivnosti i informacijski kanali koji se koriste i njihova troškovna učinkovitost;

c) opseg i sadržaj programa;

d) utjecaj i učinkovitost mjera; i

e) komplementarnosti između programa podnesenih od strane država članica i programa podnesenih od strukovnih organizacija.

Da bi se omogućila izrada nacrta promocije programa, pitanja i pravci razmišljanja će biti uzeti u obzir za svaki od navedenih kriterija. Ova pitanja i prijedlozi ne zahtijevaju 'da' ili 'ne' odgovore, ali oni trebaju biti uzeti u obzir kao pomoć pri pripremi promocije programa.

### 2.5.1. Opći kontekst - situacija na tržištu i potražnja

Opisati razloge za predstavljanje prijedloga, primjerice u smislu tržištaili potražnje za proizvodom koji je pokriven programom ili potreba za širenjem informacija putem programa. Koristiti najnovije statističke podatke koje se odnose na definicije proizvoda koji se promovira (vidi također točku 4).

Razlozi mogu biti, primjerice:

a) smanjenje potrošnje (na unutarnjem tržištu i u trećim zemljama)

b) rastući potencijal potrošnje (osobito u trećim zemljama)

c) prekomjerna proizvodnja + rastući potencijal za potrošnju

d) nedostatak proizvoda

e) nedovoljno poznavanje proizvoda od strane potrošača.

Osim toga, treba uzeti u obzir i sljedeće:

*- kompatibilnost između provedenih mjera i ciljeva Uredbe*

a) na koji način su predložene mjere u skladu sa ciljevima Uredbe te kako su snage, slabosti, mogućnosti i prijetnje riješene?

b) da li je jasno specificirano da program nije namijenjen za promicanje određene robne marke ili promicanja potrošnje proizvoda na temelju njihovog podrijetla?

c) koji su strukturni izazovi promoviranja proizvoda?

*- pokrivenost i sadržaj programa*

a) na koji način je program uzeo u obzir specifičnosti ciljnih tržišta: blizina, veličina, prepreke, konkurenciju, potencijalno pozicioniranje proizvoda?

*- učinak i djelotvornost mjera*

a) da li dizajn programa u smislu identifikacije potreba ciljanih skupina/zemalja omogućava postizanje zadanih ciljeva? Zašto?

b) postoje li statistički podaci o razvoju potražnje/prodaje/potrošnje predmetnog proizvoda u ciljanim zemljama programa?

U dijelovima 5.2-5.7 treba voditi računa da ciljevi, ciljane skupine, teme i poruke programa mora činiti suvislu cjelinu.

### 2.5.2. Cilj (evi)

Odrediti ciljeve programa u obliku konkretnih, mjerljivih ciljeva. Ako je prikladno, razdvojiti po različitim ciljanim skupinama i/ili ciljanim tržištima. Vezano uz kompatibilnost između provedenih mjera i ciljeva Uredbe, sljedeće također treba uzeti u obzir:

- da li su ciljevi programa kompatibilni s ciljevima Uredbe?

- da li su ciljevi odabrani na temelju jednog od prethodnih programa?

- da li su ciljevi prilagođeni potrebama ciljanih skupina/ciljanih zemalja?

- Da li su ciljevi u skladu s kriterijima SMART (specifični, mjerljivi, ostvarivi, relevantni i vremenski određeni):

a) Specifični: ciljevi trebaju biti precizni, jasno razumljivi

b) Mjerljivi: ciljevi se moraju dostići na temelju pokazatelja

c) Ostvarivi: ciljevi trebaju biti realni

d) Relevantni: ciljevi mora odgovarati predmetu koji se obrađuje u programu

e) Vremenski određeni: ciljevi trebaju biti ostvarivi u vremenu koje je određeno programom.

### 2.5.3. Strategija programa

Programi trebaju biti prikazani i evaluirani u skladu sa:

a) usklađenosti između mjera koje se financiraju i njihovih ciljeva. Nije nužno pokriti sve ciljeve navedene u smjernicama iz Priloga I. Uredbe (EZ-a) br. 501/2008, već je bolje odabrati prikladne ciljeve za učinkovito i djelotvorno promicanje strategije;

b) temeljito istraživanje tržišta treba prethoditi promotivnim programa kako bi se opravdali razlozi predložene inicijative. To će omogućiti da se unaprijed identificiraju ciljane skupine, lokacija na kojoj će se mjere provoditi i različiti materijali koji će se koristiti kao dio programa, kao i razvijanje sustavnog pristupa.

c) potrebno je precizno definirati komplementarnost programa financiranih od strane države, privatnog sektora, programa koji sufinancira Europska unija da bi se povećala sinergija između različitih programa i pojačala njihova učinkovitost.

Za prijedloge koji se odnose na unutarnje tržište treba osigurati da su strategija i glavne aktivnosti i instrumenti u skladu s smjernicama propisanim u Uredbi (EZ) br. 501/2008. Za sve prijedloge pozornost treba obratiti na slijedeće:

*- Kompatibilnost između provedenih mjera i ciljeva Uredbe:*

a) da li program uključuje jasnu strategiju temeljenu na ciljevima i problematike o kojoj se radi, vrijeme trajanja promocije te uključene ljudske i financijske resurse?

Ciljevi, strategija i ciljane skupine programa moraju činiti suvislu cjelinu. Programi koji se odnose na unutarnje tržište moraju biti u skladu sa smjernicama iz Priloga I. Uredbe (EZ-a) br. 501/2008 koje određuju preporučene ciljane skupine za različite sektore (članak 1., 8. i 9. Uredbe (EZ) br. 501/2008).

### 2.5.4. Ciljane skupine

Za programe za unutarnje tržište,smjernice iz Priloga Uredbe (EZ-a) br. 501/2008 određuju preporučene ciljane skupine za različite sektore.Sljedeće također treba uzeti u obzir:

*- Kompatibilnost između provedenih mjera i ciljeva Uredbe:*

a) Kako su izabrane ciljane zemlje ili regije programa?

b) Na temelju čega je izabrana ciljana skupina?

*- učinak i djelotvornost mjera:*

a) da li su ciljane skupine/zemlje u dovoljnoj mjeri kvantificirane prije provedbe mjera?

b) da li su uzete u obzir lokalne prakse ili ograničenja?

c) kakav je položaj proizvoda na tržištu: glavni, nebitan ili sasvim novi?

### 2.5.5. Teme koje se pokrivaju i glavne poruke koje se prenose

Sljedeći elementi trebaju se uzeti u obzir vezno uz kompatibilnost između provedenih mjera i ciljeva Uredbe:

1. koje su teme, poruke i kanali prijenosa najčešće korišteni?
2. u odnosu na ciljeve, da li je kombinacija kanala komunikacije, poruka i ciljanih grupa/zemalja pažljivo uzeta u obzir? Molimo pojasniti.

Tamo gdje su navedeni utjecaji na zdravlje ili nutritivne vrijednost proizvoda, znanstvena osnova mora biti navedena. Sve takve reference moraju biti u skladu s nacionalnim i EU zakonodavstva na području zdravstva. Za programe koji se odnose na unutarnje tržište , materijal koji sadrži zdravstvene tvrdnje mora biti odobren od nadležnog nacionalnog tijela.

Ako se navodi zemlja ili regija podrijetla proizvoda, ti navodi moraju biti samo usputni u glavnoj poruci koja naglašava osobine i kakvoću proizvoda.

Za programe u trećim zemljama, predlagatelj mora potvrditi da će informacija i / ili promidžbene poruke koje će biti poslane potrošačima i drugim ciljnim skupinama biti u skladu s važećim propisima u ciljanim zemljama .

Važno je predstaviti europsku dimenziju programa. Ovaj aspekt programa smatra se kao njegova velika prednost.

### 2.5.6. Aktivnosti

Valja napomenuti da pojam "program" podrazumijeva sveobuhvatan niz aktivnosti (npr. više od jedne aktivnosti). Potrebno je pružiti dovoljno informacija o aktivnostima i o instrumentima koji će služiti za njihovu provedbu, uključujući njihov broj, opseg i/ili dimenzije planirane jedinične cijene, u cilju opravdavanja predloženog proračuna. Aktivnosti trebaju biti u skladu s ciljevima Uredbe.

Sve aktivnosti uključene u program moraju sadržavati jasan opis sastava različitih troškova povezanih s njima. Na primjer:

Aktivnost X "Sudjelovanje na izložbi AAA"

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Trošak najma prostora | €/m2 | Ukupni trošak |
| Postavljanje štandova | €/m2 | Ukupni trošak |
| Osoblje na štandu | €/osobi/dan | Ukupni trošak |
| Ostali troškovi (specificirati –obroci, transport itd) | €/sudioniku | Ukupni trošak |
| .... | ... | ... |

Međutim, ako je planirano više istih aktivnosti (npr. prodajnih mjesta), dovoljno je opisati strukturu troška jedne od njih.

Aktivnosti moraju biti takve da prenesu temu (misao) i poruku i postignu svoj cilj. Moraju biti u skladu s člankom 2. Uredbe (EZ-a) br. broj 3/2008 i smjernicama iz Priloga I. Uredbe (EZ-a) br. 501/2008.

Treba imati na umu da svako pozivanje na podrijetlo proizvoda (zemlje ili regije podrijetla) mora biti sporedno u glavnoj poruci (obilježja i bitne osobine) u kampanji. Prijedlog treba sadržavati vremenski plan provedbe različitih aktivnosti. Lokacije na kojima će se aktivnosti provoditi moraju biti naznačene (grad (ovi)) ili, u iznimnim slučajevima, regija(e), na primjer, "Sjedinjene Američke Države"-nije dovoljno precizno). Ako su predložene medijske aktivnosti , plan medijskih aktivnosti mora biti u prilogu.

Troškove emitiranja/reklamnog prostora treba navesti odvojeno.

Opis aktivnosti mora imati istu strukturu (naslovi/kategorije) i redoslijed (numeriranje) kao i tablica proračuna(vidi točku 8. ispod). Prijedlozi također trebaju uzeti u obzir sljedeće:

*- aktivnosti i informacijskih kanala koji se koriste, i njihove ekonomičnosti:*

a) koje su najučinkovitije aktivnosti u smislu informiranja i promocije sektora?

b) da li program pruža dovoljno informacija o svakoj odabranoj aktivnosti?

- *opseg i sadržaj programa:*

a) koji je temelj za odabir aktivnosti u pogledu minimiziranja njihovih troškova, a maksimizirajući njihov učinak/efekt?

b) da li su aktivnosti koje su usmjerene prema različitim ciljanim skupinama/zemljama osmišljene na način da se uzimaju u obzir njihove specifične karakteristike?

c) da li su napravljene procjene odnosa između troškova aktivnosti i očekivanih njihovih učinaka na odabrane ciljane skupine/zemlje?

- u*činak i djelotvornost mjera:*

a) da li istraživanje/situacija tržištana kojima se prijedlog temelji čini razumnu osnovu za vrednovanje ciljeva postavljenih od strane SMART kriterija?

b) Postoje li statistički podaci o procjeni potražnje/prodaje/potrošnje predmetnih proizvoda u ciljanim zemljama kroz program?

c) Na temelju kojih dokaza koje će biti moguće smatrati program učinkovitim?

## **2.6. Očekivani učinci/evaluacija**

Navesti očekivani utjecaj programa na potražnju za proizvodom, svijest o tome i/ili njegov imidž i/ili bilo koji drugi aspekt povezan s ciljevima. Kvantificirati što je moguće bliže predviđene rezultate provedbe programa.

Opisati metodu (e) koje će se koristiti svake godine za mjerenje učinka. Evaluacija treba biti što je moguće više kvantificirana. Ne može se referirati kao dobro izvršenje aktivnosti, već mjerljivo prema SMART ciljevima. Navesti kada će se izvršiti evaluacija – nakraju svake faze? – na kraju programa?

## **2.7. EU dimenzija programa**

Opisati sve koristi koje će proisteći iz programa na razini Europske unije, opravdavajući time dio koji financira EU.

Što je EU dimenzija programa u pogledu: širenja europskih standarda proizvodnje, sinergije između organizacija i nadležnih tijela u više od jedne države članice, promicanja imidža europskih proizvoda na međunarodnim tržištima, kvalitete i sigurnost europskih prehrambenih proizvoda, podizanja svijesti o europskim proizvodima u široj javnosti i trgovinskim krugovima, širenje europskih prehrambenih navika i kulture, itd.

## **2.8. Proračun**

Proračun treba predstaviti u obliku zbirne tablice koja sadrži sve mjere koje se planiraju u sklopu programa, kao i njihov godišnji i ukupni trošak. Detaljno treba prikazati trošak svake aktivnosti, svake godine u svakoj ciljanoj zemlji. Mora se osigurati da troškovi mjere ne prelaze normalne tržišne cijene. Ako program uključuje više od jedne zemlje i/ili predlagatelja programa, treba priložiti samo jedan usklađen proračun koji pokriva cijeli program.

Proračun (u €) mora imati istu strukturu (naslovi/kategorije) i redoslijed (numeriranje) kao i lista mjera.

Ako program obuhvaća više od jedne zemlje, troškovi se moraju razdijeliti po zemljama i mjerama. Pristojbe koje naplaćuju izvoditelji moraju biti navedene odvojeno.

U slučaju kada su neke od predviđenih aktivnosti identične ili vrlo slične po prirodi, također mora biti uključen jasan, detaljan i strukturirano raspodijeljen proračun elemenata koji čine takve „standardne“ aktivnosti.

Ako su naknade izvoditelje predočene kao paušal, on može iznositi do 13% stvarnih troškova provedbe aktivnosti programa predloženog od jedne zemlje članice, odnosno 15% programa predloženog od više zemalje članica. Ako će naknade izvoditelja biti fakturirane na temelju stvarno izvršenog rada, prijedlog mora sadržavati procjenu broja potrebnih radnih sati i jediničnu cijenu.

Pristojbe izvoditelja za medije (nabava medijskog prostora za optimalni plasman i cijene na radiju, internetu, TV, tiskanim medijia, itd.) neće prelaziti 5% od ukupnog troška vremena emitiranja/oglasni prostor, proračunske stavke (1A).

Posebnu pozornost treba obratiti na izdatke koji nisu prihvatljivi za EU sufinanciranje (vidi Dodatak III modela ugovora).

Zbirna tablica proračuna u EUR: tablica se može prilagoditi potrebama programa, prirodi različitih aktivnosti i razini proračunske raspodjele nužne za predmetnu državu članicu (države članice).

Iznose proračuna treba izražavati bez decimalnih mjesta

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | AKTIVNOSTI(za svaku ciljanu zemlju) | 1.godina | 2.godina | 3.godina | UKUPNO |  |  |
|  | Aktivnost 1\* |   |   |   |   |  |  |
| Aktivnost 2\* |  |  |  |  |
| Aktivnost N\* |  |  |  |  |
|  | **Ukupni troškovi emitiranja/ oglasnog prostora (1A)**  |   |   |   |   |  |  |
|  | **Ukupni troškovi aktivnosti bez troškova emitiranja/oglasnog prostora (1B)**  |   |   |   |   |  |  |
|  | **Ukupno za aktivnosti (1)\*\*** |   |   |   |   |  |  |
| Troškovi jamstva za provedbu |  |  |  |  |
|  | Naknade za izvoditelje za medijske usluge (max. 5% od (1A), Dodatak III, točka B1.2 Ugovora) |   |   |   |   |  |  |
|  | Naknade za izvoditelje (maksimalno 13/15% od (1B), Dodatak III, točka B.1.2 Ugovora) |   |   |   |   |  |  |
|  | Mjerenje rezultata aktivnosti od (max. 3% od (1), Dodatak III, točka C.5 Ugovora)\*\*\* |   |   |   |   |  |  |
|  | **Ukupni izravni troškovi programa (2)** |   |   |   |   |  |  |
|  | operativni troškovi (maksimalno (3/5 unutarnjeg tržišta)(4/6 trećih zemalja)% od (2), Dodatak III, točka A.2 ugovora) |   |   |   |   |  |  |
|  | **UKUPNO ZA PROGRAM** |   |   |   |   |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

\* Uključujući naknade fakturirane na temelju satnice (Dodatak III, točka B.1.1 Ugovora).

\*\* ispuniti samo u slučaju paušalnog obračuna naknada

\*\*\* 3% za godišnju evaluaciju, 5% za evaluaciju zadnje fazi uključujući evaluaciju programa u cijelosti.

Ekonomičnost

1. Ekonomičnost se određuje na temelju predstavljenog proračuna. Proračun mora biti dovoljno detaljan kako bi se omogućilo identificiranje, praćenje i provjeravanje predloženog programa.

2. Ekonomičnost programa ogleda se, između ostalog preko:

a) ukupnog troška;

b) troškova za svaku stavku i pod -stavku;

c) ravnoteže između različitih stavki rashoda;

d) pokrivenosti ciljanih skupina (% pokrivenosti);

e) uključenosti stručnjaka i posrednika;

f) napretka u pogledu percepcije promoviranih proizvoda;

g) poboljšanja svijesti potrošača;

h) pojave novih prodajnih mogućnosti;

i) razvoja tržišta u pogledu kvalitete i kvantitete;

j) nižih troškova i/ili kraćih rokova

Ako dio programa provodi predlagatelj programa, relevantni troškovi trebaju biti prikazani kako slijedi:

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | AKTIVNOSTI (za svaku ciljanu zemlju) | 1.godina | 2.godina | 3.godina | ukupno |  |  |
|  | Aktivnost 1\* |   |   |   |   |  |  |
|  | Aktivnost 2\* |   |   |   |   |  |  |
|  | Aktivnost N\* |   |   |   |   |  |  |
|  | **Ukupno za aktivnosti** |   |   |   |   |  |  |
|  | **Ukupno za program** |   |   |   |   |  |  |
|  | **Udio(%) financiran od predlagatelja programa** |   |   |   |   |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

\* Uključujući naknade fakturirane na temelju satnice (Dodatak III, točka B.1.1 Ugovora).

Prema sljedećim točkama uzet će se u razmatranje komplementarnost provedenih mjera sa ciljevima Uredbe:

a) da li je proračun iskazan za svaku godinu i za svaku zemlju?

b) da li su troškovi iskazani posebno za svaku aktivnost?

c) da li su jedinične cijene za svaku aktivnost provjerene ?

d) da li je program informiranja i promocije proveden bez EU sredstava? Ako jesu, zašto? Kako?

e) da li EU dio financiranja povećava dodanu vrijednost programu informiranja i promocije? Kako? Zašto?

## **2.9. Plan financiranja**

EU doprinos neće prelaziti 50% stvarnog troška programa za svaku godinu. Predlagatelj programa treba financirati najmanje 20% stvarnog troška programa, dok je ostatak pokriven od strane predmetne države članice. Doprinos država članica može biti između 0 i 30%, ali čak i u slučajevima u kojima država članica ne pridonosi financiranju programa, mora prihvatiti i dostaviti programe Komisiji. Financijski doprinos strukovnih organizacija i države članice(a) smije doći od poreznih prihoda ili obaveznih doprinosa.

EU doprinos iz prvog stavka će biti 60% za mjere promocije voća i povrća namijenjenog djeci u obrazovnim ustanovama EU. EU doprinos iz prvog stavka će biti 60% za mjere koje se provode u EU vezane uz informacije o odgovornoj konzumaciji i opasnostima od zlouporabe alkohola.

U slučaju da su programi zajednički predstavljeni od nekoliko stručnih organizacija i države članice, odgovarajući financijski doprinosi moraju biti jasno definirani prije nego što je program predstavljen Europskoj Komisiji.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | FINANCJSKI DOPRINOS | 1.godina | 2. godina | 3.godina | UKUPNO |  |  |
| € | % | € | % | € | % | € | % |
|  | EU*(ne više od 50 ili 60%)* |   |  |   |  |   |  |   |  |  |  |
|  | Država članica *(više od 30%)* |   |  |   |  |   |  |   |  |  |  |
|  | Predlagatelj programa *(najmanje 20%)* |   |  |   |  |   |  |   |  |  |  |
|  | **UKUPNO** |  | 100 |  | 100 |  | 100 |  | 100 |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

Informativne i promotivne mjere koje imaju potporu na temelju Uredbe (EZ-a) br. 1698/2005, nisu prihvatljive za sufinanciranje unutar Uredbe (EZ-a) br. 501/2008 (članak 15 Uredba (EZ) br. 501/2008).

## **2.10. Ostale relevantne informacije**

Bilo koja informacija zatražena od strane države članice ili koju predlagatelj programa smatra relevantnom može biti dodana pod ovu točku.

<http://ec.europa.eu/comm/agriculture/prom/index_en.htm>.

# 3. Najčešći razlozi odbijanja programa

1.) Ciljevi programa nisu konkretni, mjerljivi, ostvarivi, relevantni i vremenski ograničeni. Trebali bi ispuniti te kriterije.

2) Predlagatelj programa nije reprezentativan**:** ponekad predlagatelji programa predstavljaju samo vrlo mali dio sektora ili je njihovo članstvo ograničeno. Postojanje drugih reprezentativnih organizacija za iste sektore je indikativan čimbenik. Ovo može varirati i ovisiti o proizvodu i općoj organizaciji na nacionalnim tržištima. Države članice moraju provjeriti reprezentativnost prije podnošenja programa Komisiji. Članak 6.(1) Uredbe Vijeća (EZ) broj 3/2008 i članak 8 (1) drugi stavak Uredbe Komisije. (EZ-a) br. 501/2008 zahtijeva da predložene strukovne ili među-strukovne organizacije budu reprezentativne u sektoru za proizvode koji se promoviraju u kampanji.

3) Nema relevantnih/preciznih istraživanja tržišta**:** istraživanje tržišta treba osigurati solidan temelj za opravdanje investiranja u kampanju. U studiji istraživanja tržišta potreba za razvijanjem predložene kampanje mora biti vidljiva čime se opravdava financijska pomoć za kampanju.

4) Aktivnosti ne formiraju koherentan niz aktivnosti: u skladu s člankom 1. stavkom 2. Uredbe Komisije (EZ) br. 501/2008 "Program" podrazumijeva niz koherentnih operacija opsega koji je dovoljan kako bi se doprinijelo poboljšanju informacija o dotičnim proizvodima i njihovoj prodaji. Skup odabranih aktivnosti moraju biti u skladu s ciljevima programa, ciljanim skupinama i vrstama proizvoda, a aktivnosti se moraju međusobno nadopunjavati koliko je to moguće za isto ciljano tržište.

5) Aktivnosti se ne odnose na ciljanu skupinu/e: ne smatra se koherentnim ako su aktivnosti usmjerene na druge ciljane skupine od onih koje su ciljane programom. Na primjer, program koji je usmjeren na potrošače ne može uključivati događaje u kojima sudjeluju samo trgovački distributeri bez povezanosti s potrošačima ili slično pojašnjenje.

6) Program je usmjeren na samo jedan grad: potrebno je da aktivnosti na jednom tržištu pokrivaju veliki dio ciljanog tržišta i nisu ograničene samo na vrlo malom dijelu tog tržišta. Primjerice, aktivnost programa usmjerene samo na jedan mali grad unutar jedne zemlje i njezinih stanovnika.

7) Nedovoljno detaljan opis aktivnosti: **u cilju prihvaćanja programa** treba bolje definirati aktivnosti od kojih se sastoji i također objasniti i opravdati različite troškove. U skladu s člankom 8.2 (c) Uredbe Komisije (EZ) br. 501/2008, programi trebaju sadržavati dovoljno detalja da bi mogli procijeniti njihovu usklađenost s važećim propisima i procjenu između troškova/dobiti.

8) Aktivnosti programa nisu dovoljno isplative**:** potrebno je prikazati da su troškovi realno učinkoviti i nude dobru vrijednost za novac. U skladu s člankom 7 (1) i 9 Uredbe Vijeća (EZ) br. 3/2008 države članice kojih se to tiče moraju provjeriti da li program nudi vrijednost za cijenu. Nadalje, članak 7 (2) Uredbe Vijeća (EZ-a) br. 3/2008 propisuje da službe Komisije moraju verificirati predloženi program da nudi vrijednost za novac. Na primjer, cijene oglašavanja bi trebala biti realne uzimajući u obzir smanjenja.

9) Nedostaje evaluacija prethodnog programa (gdje je primjenjivo): važno je da su rezultati završenog programa kojim je upravljala organizacija dostavljeni za procjenu. Na primjer, organizacija koja vodi kampanju sa nizom problema radi svoje slabosti će biti odgovorna. Ove slabosti i učinkovitost će se uzimati u obzir.

10) Postoje nedostaci u postupku odabira izvoditelja**:** bitno je da je izvoditelj koje odabran u natječajnom postupku odobren od strane države članice. Sukladno članku 8 (3) za potrebe provedbe svojih programa, svaki predlagatelj programa mora izabrati jednog ili više izvoditelja prema odgovarajućem natječajnom postupku, odobrenom od države članice. U skladu s člankom 9. (2) e) države članice provjeravaju tehničke kapacitete predloženog izvoditelja i traže dokaz da su učinkoviti. Potrebna lista dokumentacije uvijek mora biti priložena sa prijavom kako bi se osiguralo da su odredbe navedenih članaka ispunjeni.

11) Podjela proračunskih aktivnosti i primjeri problema (Članak 8.2 (c) Uredbe Komisije (EZ) br. 501/2008). Predložene aktivnosti ne nude dovoljan nivo raspodjele proračuna, te je teško procijeniti „**vrijednost za novac**“ predloženih aktivnosti.

a) aktivnosti su nejasno predočene, a prezentiran je samo opći proračun

b) u opisu nedostaje potreban nivo podjele proračunskih aktivnosti u cilju propisnog opravdanja uključenih troškova i njihovu potencijalnu procjenu od strane države članice i službi Komisije.

# 4. Dodatak

Ažurirana dokumentacija (prijavni obrazac, model ugovora, lista nadležnih tijela i priručnik) potrebna za podnošenje prijave za financijsku potporu programa promocije i/ili informiranja dostupne su na web adresi u nastavku:

<http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/procedure/index_en.htm>