



PRZEWODNIK PO PROGRAMIE

Promowanie produktów rolnych (AGRIP)



Styczeń 2021 r.

Zastrzeżenie prawne

Celem niniejszego dokumentu jest udzielenie wskazówek potencjalnym wnioskodawcom w zakresie współfinansowania działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych.

Podstawowe informacje na temat składania wniosków online można znaleźć w podręczniku online: https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/docs/2021-2027/common/guidance/om_en.pdf

Aktualne formularze internetowe i szablony zamieszczone w systemie składania wniosków online na portalu Funding & Tender mogą różnić się od przykładów przedstawionych w niniejszym przewodniku.

Jeśli chcą Państwo podzielić się z nami swoimi sugestiami lub komentarzami na temat tego, jak poprawić ten przewodnik, prosimy napisać do nas na adres e-mail: CHAFFEA-AGRI-CALLS@ec.europa.eu

WSTĘP

Celem niniejszego przewodnika jest pomoc w przygotowaniu propozycji programów informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich.

Dodatkowe informacje można znaleźć w następujących dokumentach:

- Sekcja pt. „Promocja unijnych produktów rolnych” na stronie internetowej DG ds. Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich:
https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/market-measures/promotion-eu-farm-products_pl
- Promocja stron produktów rolnych na portalu Agencji Wykonawczej:
<https://ec.europa.eu/chafea/agri/en>

Szczegóły dotyczące kontaktu z biurem pomocy technicznej są podane w zaproszeniach do składania wniosków.

Odpowiedzi na pytania niezwiązane z IT będą publikowane zbiorczo na stronie często zadawanych pytań (FAQ): <https://ec.europa.eu/chafea/agri/faq.html>

O kontakt z punktami pomocy technicznej prosimy wyłącznie po sprawdzeniu, czy odpowiednie informacje zostały zawarte w dostarczonej dokumentacji.

SPIS TREŚCI

WSTĘP.....	2
GLOSARIUSZ	4
1. PRZEGLĄD PROGRAMU	5
1.1. GŁÓWNE DOKUMENTY	5
1.2. ETAPY PRZYGOTOWAWCZE	6
1.2.1. Ogólne wskazówki przed przygotowaniem wniosku	6
1.2.2. System językowy	7
1.2.3. Rola i odpowiedzialność różnych podmiotów.....	8
2. PRZYGOTOWANIE WNIOSKU	10
2.1. Formularz wniosku	10
2.2. CZĘŚĆ A – Formularz administracyjny	10
2.3. CZĘŚĆ B – Opis techniczny projektu	12
2.4. Załączniki do wniosku.....	30
3. OCENA I WYNIKI	32
3.1. Przegląd procedury oceny	32
3.2. Rezultaty.....	33
ZAŁĄCZNIKI.....	34
Załącznik I: Dodatkowe informacje dotyczące kryteriów przyznania finansowania.....	34
Załącznik II: Informacje na temat reprezentatywności/podmiotu prawnego.	34
Załącznik III: Wskazówki metodologiczne dotyczące obliczania korzyści <i>ex post</i>	34

GLOSARIUSZ

Roczny program prac wyznacza roczne priorytety strategiczne systemu promocji i jest przyjęty przez Komisję Europejską zgodnie z art. 8 rozporządzenia (UE) 1144/2014 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 22 października 2014 r. (akt podstawowy).

(Współ)beneficjent jest organizacją, która otrzymuje współfinansowanie UE w następstwie pozytywnego rozpatrzenia wniosku w sprawie jednego z programów współfinansowanych przez UE i podpisania odpowiedniej umowy w sprawie przyznania dotacji. W trakcie procedury składania wniosku należy podać informacje o **wnioskodawcy(-ach)** lub **uczestnikach**. Termin **organizacja inicjująca** jest stosowany zarówno w odniesieniu do wnioskodawców, jak i do beneficjentów, w zależności od etapu procedury.

Indywidualny program/wniosek jest określany jako **działanie**. Obejmuje on spójny zakres **działań**.

Wnioski dotyczące **programów prostych** mogą być składane przez jedną lub kilka organizacji inicjujących z tego samego państwa członkowskiego.

Wnioski dotyczące **programów, w których uczestniczy wiele państw**, mogą być składane przez co najmniej dwie organizacje inicjujące z co najmniej dwóch państw członkowskich lub przez jedną lub kilka organizacji unijnych.

W przypadku programów, w których uczestniczy wiele państw, między agencją wykonawczą (działającą na podstawie uprawnień przekazanych jej przez Komisję Europejską) a organizacjami będącymi beneficjentami, tj. beneficjentami współfinansowania przez UE, zawierana jest **umowa o udzielenie dotacji**.

W przypadku programów prostych podpisywana jest **umowa** pomiędzy właściwymi organami krajowymi a beneficjentem/beneficjentami; jest ona również określana jako **umowa o udzielenie dotacji**.

Beneficjenci podpisujący umowę przyjmują dotację i wyrażają zgodę na realizację działania na własną odpowiedzialność i zgodnie z umową, z zachowaniem wszystkich określonych w niej obowiązków i warunków.

Jeżeli w działanie jest zaangażowanych kilku beneficjentów/wnioskodawców, muszą oni podpisać **umowę konsorcyjną** będącą uzupełnieniem umowy o udzielenie dotacji; nie może ona zawierać żadnych postanowień sprzecznych z umową o udzielenie dotacji.

Organ wdrażający jest organem, któremu powierza się realizację działań w ramach programu i który pełni rolę **podwykonawcy**.

Zaliczkowanie, jak wskazano w umowie o udzielenie dotacji, jest równoważne z płatnościami zaliczkowymi przewidzianymi w tekstach prawnych.

Portal Funding and Tenders jest stroną internetową zawierającą informacje na temat finansowania programów „Horyzont Europa” oraz innych programów unijnych, w tym promocji produktów rolnych.

Agencja wykonawcza jest podmiotem, któremu Komisja Europejska powierzyła zarządzanie programami, w których uczestniczy wiele państw.

Agencja Wykonawcza ds. Konsumentów, Zdrowia, Rolnictwa i Żywności (Chafea) zarządza techniczną i finansową realizacją promocji produktów rolnych.

REA to **Agencja Wykonawcza ds. Badań Naukowych**. Odpowiada ona za udzielanie zezwoleń podmiotom prawnym oraz kontrolę zdolności finansowej wnioskodawców.

Właściwy organ krajowy jest właściwą służbą wyznaczoną przez rząd państwa członkowskiego do zarządzania realizacją programów prostych.

1. PRZEGLĄD PROGRAMU

Ogólnym celem polityki UE w zakresie promocji produktów rolnych (AGRIP) jest zwiększenie konkurencyjności unijnego sektora rolnego.

W szczególności działania informacyjne i promocyjne powinny zmierzać do:

- pogłębienia wiedzy na temat unijnych systemów jakości, jak również świadomości konsumentów w kwestii wartości unijnych produktów rolnych i metod ich produkcji;
- zwiększenia konkurencyjności i konsumpcji unijnych produktów rolnych, zwiększenia ich rozpoznawalności i ich udziału w rynku.

W przypadku poważnych zakłóceń na rynku środki te powinny pomóc w przywróceniu normalnych warunków rynkowych.

Realizacja tych celów wiąże się z prowadzeniem działań informacyjnych i promocyjnych zarówno wśród państw członkowskich UE, jak i poza nimi. Działania te przyjmują formę:

- programów prostych, które mogą być zgłaszane przez jedną lub kilka organizacji inicjujących mających siedzibę w tym samym państwie członkowskim.
- programów, w których uczestniczy wiele państw, które mogą być zgłaszane przez co najmniej dwóch wnioskodawców mających siedzibę w różnych państwach członkowskich lub przez jedną lub kilka organizacji unijnych.

1.1. GŁÓWNE DOKUMENTY

Przed podjęciem decyzji o złożeniu wniosku i wypełnieniu różnych formularzy zgłoszeniowych należy sprawdzić, czy organizacja(-e), promowane produkty i działanie spełniają kryteria kwalifikowalności. Należy również sprawdzić, czy planowane działania i kraje docelowe odpowiadają priorytetom wymienionym w zaproszeniu do składania wniosków.

Z tego względu pierwszym krokiem jest szczegółowe zapoznanie się z odpowiednią dokumentacją, którą stanowią:

- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 z dnia 22 października 2014 r. w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich oraz uchylające rozporządzenie Rady (WE) nr 3/2008.
- Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2015/1829 z dnia 23 kwietnia 2015 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich.
- Rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) 2015/1831 z dnia 7 października 2015 r. ustanawiające zasady stosowania rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich.

- Odpowiednia roczna decyzja wykonawcza Komisji w sprawie przyjęcia programu prac na dany rok w ramach działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych realizowanych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich.
- Zaproszenie do składania wniosków:

W przypadku dalszych pytań prosimy o skorzystanie z poniższych opcji:

Prezentacja synoptyczna oraz często zadawane pytania (FAQ) na temat polityki promocyjnej, dostępne na stronie internetowej: <https://ec.europa.eu/chafea/agri/funding-opportunities/legal-framework>

- Wzory umów o udzielenie dotacji (dla prostych programów i programów, w których uczestniczy wiele państw)

Często zadawane pytania (FAQ) dotyczące danego zaproszenia są dostępne na stronie internetowej: <https://ec.europa.eu/chafea/agri/faq.html>

- Wnioskodawcy mogą sprawdzić, czy ich organizacja kwalifikuje się do udziału w programie, korzystając z narzędzia online umożliwiającego sprawdzenie kwalifikowalności:

<https://ec.europa.eu/chafea/agri/funding-opportunities/eligibility/check-tool>

Szczegółowe informacje dotyczące programów prostych:

Właściwe organy krajowe: wnioskodawcy przygotowujący programy proste mogą skontaktować się z właściwymi organami swojego państwa członkowskiego w celu uzyskania szczegółowych informacji na temat podstawy prawnej, wzoru umowy o udzielenie dotacji oraz realizacji działań. Wykaz właściwych organów krajowych znajduje się na stronie internetowej: <https://ec.europa.eu/chafea/agri/funding-opportunities/simple-and-multi-programmes>

Obszerny zbiór webinarów opracowanych w celu podniesienia jakości technicznej wniosków jest dostępny pod następującym linkiem: <https://ec.europa.eu/chafea/agri/newsroom-and-events/webinars>

1.2. ETAPY PRZYGOTOWAWCZE

1.2.1. Ogólne wskazówki przed przygotowaniem wniosku

Wniosek składa się z dwóch części (część A – formularz administracyjny, który należy wypełnić w systemie elektronicznym, oraz część B – opis techniczny projektu, który należy przesłać w formacie pdf) i zawiera załączniki. Dodatkowe informacje znajdują się w [podręczniku internetowym](#) oraz w wytycznych dotyczących składania wniosków na portalu Funding and Tenders.

Zaproszenie do składania wniosków powinno zapewniać wysoką konkurencyjność. Słabo oceniony punkt wniosku, który pod pozostałymi względami jest dobry, może prowadzić do obniżenia ogólnej oceny, a w konsekwencji do odrzucenia wniosku o finansowanie unijne.

Biorąc to pod uwagę, zalecamy, aby przed przystąpieniem do przygotowania wniosku przemyśleć następujące aspekty:

Adekwatność: należy sprawdzić, czy wniosek spełnia wymogi zaproszenia do składania wniosków i odnosi się do konkretnego tematu wskazanego przez wnioskodawcę. Wnioski, które nie spełniają wymogów określonych w zaproszeniu do składania wniosków, zostaną uznane za niekwalifikujące się. Wnioski, które w niewystarczającym stopniu spełniają wymagania określone w zaproszeniu lub nie odpowiadają konkretnemu tematowi, mogą zostać odrzucone, ponieważ nie osiągnęły wartości progowej dla danego kryterium przyznania dotacji.

Kompletność: należy sprawdzić, czy planowany przez kandydata wniosek zawiera wszystkie istotne informacje i obejmuje wszystkie aspekty opisane w kryteriach przyznania dotacji, wzorze wniosku i niniejszym przewodniku, ponieważ będzie on oceniany wyłącznie na podstawie przedłożonej treści. Należy ściśle przestrzegać formatu wzoru części B i sprawdzić, czy wniosek zawiera wszystkie wymagane informacje. Warto pamiętać, że ilość nie oznacza jakości: dobrze opracowane wnioski są jasne, zrozumiałe i przystępne; charakteryzują się precyzją, zwięzłością i merytoryczną treścią. Trzeba też uwzględnić, że część B wniosku ma ustalony limit stron i wszelkie treści wykraczające poza ten limit zostaną opatrzone znakiem wodnym, a osoby oceniające nie będą brały ich pod uwagę.

Oddziaływanie: dobre wnioski powinny koncentrować się na wynikach i jasno określać, w jaki sposób zostaną one osiągnięte. Powinny również zawierać metodologiczny opis rzetelnego i wiarygodnego badania oceniającego – przeprowadzanego przez niezależny organ zewnętrzny – dotyczącego nie tylko oceny procesu, ale w szczególności uwzględniającego ostateczne oczekiwane oddziaływanie. Więcej informacji można znaleźć w sekcji Informacje dodatkowe o kryteriach przyznawania dotacji (załącznik I).

1.2.2. System językowy

Wnioski z propozycjami projektów można składać w dowolnym języku urzędowym Unii Europejskiej.

Aby ułatwić ocenę wniosków przeprowadzaną przez niezależnych ekspertów, którzy wnoszą wkład techniczny do oceny, do wniosku należy dołączyć tłumaczenie całej części technicznej (części B) na język angielski, o ile jest ona napisana w innym języku urzędowym UE.

Tłumaczenia na język angielski powinny charakteryzować się wysoką jakością, aby uniknąć rozbieżności z wersją oryginalną.

Wnioskodawcy składający wnioski w ramach **programów, w których uczestniczy wiele państw** powinni zdawać sobie sprawę, że Agencja Wykonawcza będzie co do zasady posługiwać się językiem angielskim na potrzeby komunikowania się z beneficjentami w zakresie działań następczych i monitorowania współfinansowanych programów, w których uczestniczy wiele państw (etap zarządzania dotacjami).

Wnioskodawcy składający wnioski dotyczące **programów prostych** powinni pamiętać, że umowami będą zarządzać państwa członkowskie. W związku z tym zachęca się wnioskodawców do składania wniosków w języku(-ach) państwa

członkowskiego, z którego pochodzi(-a) organizacja(-e) inicjująca(-e), o ile dane państwo członkowskie nie wyraziło zgody na podpisanie umowy w języku angielskim¹.

1.2.3. Rola i odpowiedzialność różnych podmiotów

W realizację działania może być zaangażowanych wiele podmiotów, a każdy z nich odgrywa inną rolę i ponosi inną odpowiedzialność:

- Koordinator jest w szczególności podmiotem odpowiedzialnym za następujące zadania:
 - Złożenie wniosku w imieniu wszystkich zainteresowanych organizacji inicjujących;
 - monitorowanie, czy działanie jest prawidłowo realizowane (zob. art. 11 umowy o udzielenie dotacji).
 - Pośredniczenie w komunikacji między beneficjentami a instytucją zarządzającą (w szczególności przekazywanie Agencji Wykonawczej lub państwu członkowskiemu informacji wskazanych w art. 19 umowy o udzielenie dotacji), o ile nie określono inaczej.
 - Występowanie do współwnioskodawców/współbeneficjentów o wszelkie dokumenty lub informacje wymagane przez instytucję zarządzającą oraz weryfikowanie ich kompletności i poprawności przed ich przekazaniem instytucji.
 - Przekazywanie właściwemu organowi wyników i sprawozdań w trakcie realizacji działania (zob. art. 21 umowy o udzielenie dotacji).
 - Udzielanie gwarancji płatności zaliczkowych, domyślnie w przypadku programów prostych i na wniosek Agencji w przypadku programów, w których uczestniczy wiele państw (zob. art. 23 umowy o udzielenie dotacji).
 - Zapewnienie terminowego regulowania wszystkich płatności na rzecz współbeneficjentów (zob. art. 22.1 umowy o udzielenie dotacji).
 - Informowanie instytucji zarządzającej o kwotach wypłacanych każdemu ze współbeneficjentów, gdy zachodzi taka potrzeba (zob. art. 22 i 32 umowy o udzielenie dotacji).

Koordinator nie może delegować wyżej wymienionych zadań żadnemu innemu współbeneficjentowi ani zlecić ich podwykonawstwa osobie trzeciej.

- Pozostali beneficjenci/wnioskodawcy są w szczególności odpowiedzialni za następujące zadania:

¹ Informacje na ten temat można znaleźć na stronie internetowej https://ec.europa.eu/chafea/agri/sites/chafea/files/competent-national-authorities-simple-programmes-v2_en.pdf

- Uaktualnianie informacji przechowywanych w rejestrze beneficjentów portalu Funding and Tenders (w elektronicznym systemie wymiany) (zob. art. 19 umowy o udzielenie dotacji).
- Bezwzględne informowanie koordynatora o wszelkich wydarzeniach lub okolicznościach, które mogą mieć istotny wpływ na realizację działania lub jej opóźnienie (zob. art. 19 umowy o udzielenie dotacji).
- Dostarczanie koordynatorowi w odpowiednim terminie:
 - jednostkowych sprawozdań finansowych oraz, w razie potrzeby, świadectw kontroli sprawozdań finansowych (zob. art. 21 umowy o udzielenie dotacji);
 - danych potrzebnych do sporządzania sprawozdań (zob. art. 21 umowy o udzielenie dotacji);
 - innych dokumentów lub informacji wymaganych przez Agencję lub Komisję/państwo członkowskie na mocy umowy o udzielenie dotacji, o ile umowa nie zobowiązuje beneficjenta do ich bezpośredniego przekazywania.

Ponadto w przypadku, gdy w działanie zaangażowanych jest kilku beneficjentów/wnioskodawców, w uzupełnieniu do umowy o udzielenie dotacji należy podpisać **umowę konsorcyjną**. Umowa ta może mieć różne formy, lecz najczęściej stosowana jest standardowa umowa pisemna. Wytyczne dotyczące umów konsorcyjnych można znaleźć w internetowym podręczniku oraz wskazówkach – jak sporządzić umowę konsorcyjną, dostępnych pod adresem:

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

Nie ma konieczności składania umowy konsorcyjnej wraz z wnioskiem, ale musi ona być dostępna w momencie podpisywania umowy o udzielenie dotacji.

- Podwykonawca(-y) (zob. art. 9 umowy o udzielenie dotacji):
 - Nie są oni stroną umowy o udzielenie dotacji i nie pozostają w stosunku umownym z Agencją/państwem członkowskim.
 - **Główne zadania realizowane w ramach działania (tj. techniczna i finansowa koordynacja działania i zarządzanie strategią) nie mogą być podzlecane.**
 - Muszą oni być wybierani przy zapewnieniu najlepszego stosunku wartości do ceny lub, w stosownych przypadkach, najniższej ceny oraz braku konfliktu interesów. Wnioskodawcy/beneficjenci uznawani za „podmioty prawa publicznego” powinni przestrzegać krajowych przepisów dotyczących zamówień publicznych, transponujących dyrektywę 2014/24/UE.
 - Zadania związane z oceną nie mogą być powierzane podmiotom o powiązaniach strukturalnych.
- Osoby trzecie otrzymujące wsparcie finansowe (zob. art. 9.4 umowy o udzielenie dotacji):

- Wsparcie finansowe w formie dotacji może być udzielane wyłącznie podmiotom powiązanim z beneficjentem² i wskazanym we wniosku projektowym.
- W projekcie określa się maksymalną kwotę wsparcia finansowego dla każdej osoby trzeciej oraz kryteria i procedury przyznawania wsparcia finansowego.
- Beneficjenci muszą zagwarantować, że koszty poniesione w związku z działaniem są ograniczone do kosztów rzeczywiście poniesionych przez wspomniane osoby trzecie (tj. bez żadnej marży zysku) oraz że podmioty te przestrzegają zasady należytego zarządzania finansami i prowadzą ewidencję swoich kosztów.

2. PRZYGOTOWANIE WNIOSKU

2.1. Formularz wniosku

Formularz zgłoszeniowy składa się z dwóch części, części A i B:

- Część A składa się z odpowiednio przygotowanych formularzy administracyjnych zawierających dane dotyczące uczestników, oświadczenia prawne i dane osób kontaktowych (z ekranów systemu składania zgłoszeń). Może też zawierać pewne pytania dotyczące poszczególnych zaproszeń, które służą głównie do monitorowania programu.
- Część B stanowi część opisową wniosku. Zawiera ona opis techniczny projektu wraz z planowanymi działaniami, pakietami roboczymi, kosztami itd.

2.2. CZĘŚĆ A – Formularz administracyjny

Poniższe instrukcje zawierają informacje o tym, jak prawidłowo wypełnić tę część.

Sekcja 1: informacje ogólne

W tej sekcji należy podać skróconą nazwę, tytuł wniosku, czas trwania, dowolne słowa kluczowe oraz streszczenie wniosku w języku angielskim. Streszczenie projektu, które zostanie opublikowane w przypadku przyjęcia wniosku do współfinansowania, powinno być precyzyjne i zwięzłe.

Należy również wskazać, czy w ciągu ostatnich dwóch lat złożono podobne wnioski.

Sekcja 2: uczestnicy

Koordinator wprowadza kody PIC wszystkich organizacji inicjujących. Należy pamiętać o użyciu prawidłowego kodu PIC.

² „Podmioty powiązane” to podmioty, które są powiązane z beneficjentem, w szczególności mają powiązania prawne lub kapitałowe, które nie ograniczają się do danego działania ani nie są ustanowione wyłącznie w celu jego realizacji.

W niniejszej sekcji można wskazać, w odniesieniu do każdego uczestnika, rodzaj organizacji inicjującej, o którym mowa w art. 7 rozporządzenia 1144/2014.

Dokonując wyboru rodzaju organizacji, należy upewnić się, że odpowiada on informacjom zawartym w odpowiednim załączniku dotyczącym reprezentatywności/podmiotu prawnego.

Sekcja 3: budżet

W niniejszej sekcji należy wypełnić tabelę z informacjami ogólnymi dotyczącymi budżetu (wzór poniżej):

Estimated eligible ¹ costs (per budget category)													Estimated EU contribution ²			
Direct costs											Indirect costs		EU contribution to eligible costs			
A. Personnel costs			B. Subcontracting costs		C. Purchase costs				D. Other cost categories		E. Indirect costs ³	Total costs	Funding rate % ⁴	Maximum EU contribution ⁵	Requested EU contribution	Maximum grant amount ⁶
Forms of funding	A.1 Employees (or equivalent)		A.4 SME owners and natural person beneficiaries		C.1 Travel and subsistence			C.2 Equipment	C.3 Other goods, works and services	C.4 Financial support to third parties		E. Indirect costs				
	A.2 Natural persons under direct contract	A.3 Seconded persons	B. Subcontracting	Travel	Accommodation	Subsistence										
	Actual costs	Estimated costs (maximum possible)	Units costs ⁷	Actual costs	Actual costs ⁸	Actual costs ⁹	Actual costs ¹⁰	Actual costs	Actual costs	Actual costs	Actual costs ¹¹	Flat rate costs ⁸				
1 - [short name beneficiary]																
2 - [short name beneficiary]																
Total consortium																

Białe komórki powinny zostać wypełnione przez koordynatora, zaś szare komórki zostaną automatycznie zakodowane lub obliczone przez system, natomiast czarne komórki nie podlegają wypełnieniu.

Każdy wiersz tabeli budżetowej przedstawia sumę szacowanych wydatków w odniesieniu do każdego wnioskodawcy.

Zgodnie ze wzorem umowy o udzielenie dotacji istnieją 4 kategorie kosztów (szczegółowy opis każdej kategorii budżetowej zawarto w art. 6.2 umowy o udzielenie dotacji):

- A. Koszty personelu
- B. Koszty podwykonawstwa
- C. Koszty zakupu
- D. Wsparcie finansowe dla osób trzecich
- E. Koszty pośrednie

Koszty bezpośrednie należy przedstawić w rozbiciu na poszczególne koszty w analizie budżetowej w części B wniosku, w opisie pakietów roboczych (sekcja 4).

Należy upewnić się, że kwota każdej kategorii kosztów i sumy w części A są równe odpowiednim kwotom podanym w poszczególnych analizach budżetowych dla pakietów roboczych w części B wniosku oraz kwotom obliczonym przez wypełnienie „Szczegółowej tabeli budżetowej” w załączniku V.

W szczególności należy zwrócić uwagę, aby opracowując część A i część B, nie dodać dwukrotnie kosztów pośrednich.

Maksymalny wkład UE oblicza się jako sumę kosztów pomnożoną przez stawkę. Przedmiotowa stawka jest automatycznie wypełniana przez system na podstawie warunków zaproszenia i tematu, jak również państwa członkowskiego wnioskodawcy(-ów).

Wnioskodawcy muszą również oszacować ewentualne dochody (zob. art. 22.3.4 umowy o udzielenie dotacji) z przewidzianego działania (np. sprzedaży wyposażenia wykorzystywanego przy realizacji działania, sprzedaży publikacji/materiałów, opłat konferencyjnych itd.). Kwotę taką należy podać również w tabeli budżetowej.

**Uwaga: w celu uproszczenia tabeli budżetowej nie trzeba określać wkładu wnioskodawcy.
Różnica między całkowitymi szacowanymi kosztami kwalifikowalnymi pomniejszonymi o wnioskowany wkład UE i o dochody uzyskane z działania jest domyślnie uznawana za „wkład wnioskodawcy”.**

Sekcja 4: pozostałe kwestie

W tej sekcji należy również wskazać państwa docelowe wniosku oraz produkty, które będą promowane.

Ponadto w stosownych przypadkach należy wspomnieć, który system ma być promowany i który produkt zostanie wykorzystany lub które produkty zostaną wykorzystane w celu jego zilustrowania.

Należy pamiętać, że można wybrać kilka produktów. Wyłącznie produkty kwalifikujące się zgodnie z art. 5 rozporządzenia 1144/2014 mogą być przedmiotem działania promocyjnego lub informacyjnego lub mogą zostać wykorzystane do zilustrowania promowanego systemu.

Wybór ten musi być zgodny ze wskazanym tematem, a także z produktami przedstawionymi w opisowej części technicznej wniosku (sekcja 2 – część B).

Na koniec należy określić, czy dane działanie promuje produkty lub metody posiadające certyfikat zrównoważonego rozwoju.

UWAGA: Należy zapoznać się z dodatkowymi informacjami w sekcji 2.3 niniejszego przewodnika na temat wnioskowanych działań podkreślających zrównoważoną produkcję rolną i konsumpcję oraz zapewnić spójność między częścią A i częścią B.

W odniesieniu do każdego docelowego państwa, którego dotyczy wniosek, trzeba ponadto wskazać udział w budżecie wyrażony w % oraz wzrost sprzedaży/eksportu (wyrażony w EUR) organizacji inicjującej na właściwym rynku docelowym.

Należy starannie wybrać jedno lub kilka państw docelowych, systemów i produktów, które będą promowane w ramach programu.

W zaproszeniu do składania wniosków wymienia się kraje docelowe, systemy i produkty, które kwalifikują się w ramach odpowiednich tematów.

2.3. CZĘŚĆ B – Opis techniczny projektu

Część B dotyczy technicznej treści wniosku. W celu ułatwienia jej przygotowywania wnioskodawcy powinni korzystać ze standardowego wzoru dostępnego w systemie i postępować zgodnie z instrukcjami zawartymi w niniejszym przewodniku.

Obowiązkowo należy wypełnić wszystkie uprzednio określone sekcje i odpowiedzieć na pytania wskazane w niniejszym dokumencie.

Jakość wniosków zostanie oceniona na podstawie następujących kryteriów przyznawania dotacji:

- 1. Adekwatność**
- 2. Jakość**
- 3. Oddziaływanie**

Dzieli się one następnie na **kryteria szczegółowe** (załącznik I do niniejszego przewodnika). Należy dopilnować, aby **wniosek uwzględniał każde z kryteriów szczegółowych przyznania dotacji** wymienionych w załączniku.

Niezależni eksperci będą korzystać z ich listy **w celu dokonania skutecznej oceny jakości wniosku**.

Część B powinna zawierać następujące sekcje, które odpowiadają kryteriom przyznania dotacji:

Sekcja 1: Adekwatność

1.1 Informacje i cele ogólne

Należy w skrócie przedstawić organizację(-e) inicjującą(-e), reprezentowany(-e) sektor(-y) produktów oraz jego członków, nie powtarzając informacji podanych już w części A formularza wniosku. Można uwzględnić informacje na temat struktury sektora, liczbę członków/przedsiębiorstw, obroty i dane związane z zatrudnieniem.

Informacje na temat reprezentatywności organizacji w danym państwie członkowskim lub na szczeblu unijnym w odniesieniu do danego sektora (danych sektorów) produktów należy przedstawić w formie załącznika, korzystając z odpowiedniego wzoru. Wypełniony załącznik należy wprowadzić oddzielnie pod odpowiednim nagłówkiem wraz z właściwymi informacjami dotyczącymi osób prawnych (zob. również rozdział 2.4 niniejszego przewodnika).

Należy wskazać produkty lub systemy, które będą promowane lub o których zamierza się informować w ramach realizacji tego działania. Jeżeli promowane są produkty wyszczególnione w załączniku I do rozporządzenia 1144/2014, należy wskazać kod(-y)³ CN tych produktów. W przypadku promowania systemów PGO/PGI/TSG należy wymienić zarejestrowane nazwy zatwierdzonych produktów.

Należy upewnić się, że w odnośnej sekcji części A wskazano te same produkty/systemy.

Należy przedstawić informacje ogólne i uzasadnienie projektu oraz opisać, w jaki sposób wpisuje się on w ogólne cele zaproszenia do składania wniosków.

Trzeba sprawdzić, czy wszystkie istotne aspekty zostały dobrze przełożone na strategię programu, w tym na wybrane działania i kluczowe komunikaty.

³ Więcej informacji na temat kodów CN można znaleźć na stronie internetowej: http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties/tariff_aspects/combined_nomenclature/index_en.htm

W przypadku każdego wniosku należy określić, w jaki sposób projekt przyczynia się do realizacji ambicji klimatycznych i środowiskowych wspólnej polityki rolnej (WPR), Zielonego Ładu⁴ oraz – co najważniejsze – strategii „od pola do stołu”.

Warto skupić się w szczególności na **zrównoważonym charakterze produkcji i konsumpcji**, przyjmując za punkt odniesienia definicję zrównoważonego rolnictwa⁵ opracowaną przez Organizację Narodów Zjednoczonych ds. Wyżywienia i Rolnictwa (FAO).

W przypadku wniosków dotyczących w szczególności tematu zrównoważonego rozwoju, powinny one uwzględniać dodatkowo:

- Podejście do zrównoważonego rozwoju zastosowane i przyjęte przez organizację(-e) inicjującą(-e) lub jej/ich członków.
- Uzasadnienie, w jaki sposób podejście to jest zgodne z prawodawstwem UE, szerszymi celami, a w szczególności ze strategią „od pola do stołu”.⁶
- W jaki sposób podejście to i produkty, które będą promowane, mogą przyczynić się do skutecznego promowania celów UE w zakresie zrównoważonego rozwoju na terenie UE i w państwach trzecich⁷
- W jaki sposób przyjęte podejście pomaga:
 - chronić glebę między innymi przez:
 - ograniczenie użycia nawozów
 - ograniczenie użycia pestycydów chemicznych
 - ograniczać zanieczyszczenie i zużycie wody
 - ograniczać stosowanie środków przeciwdrobnoustrojowych
 - zwiększać odporność obszarów wiejskich, na przykład na czynniki zewnętrzne związane ze zmianami klimatu
 - ograniczać emisje gazów cieplarnianych⁸ lub zwiększać wydajność pochłaniaczy dwutlenku węgla
 - wzmacniać rolnictwo ekologiczne, rolnictwo precyzyjne lub agroekologię
 - poprawiać dobrostan zwierząt
 - promować zrównoważoną konsumpcję

⁴ Zdrowszy i bardziej zrównoważony system żywnościowy UE jest podstawą europejskiego Zielonego Ładu. Więcej informacji można znaleźć na stronie: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_pl

⁵ Organizacja Narodów Zjednoczonych ds. Wyżywienia i Rolnictwa (FAO), ocena zrównoważonego charakteru systemów rolniczych i produkcji żywności (SAFA) <http://www.fao.org/nr/sustainability/sustainability-assessments-safa/en/>, definicje <http://www.fao.org/3/ai388e/AI388E05.htm>

⁶ Więcej informacji na temat strategii „od pola do stołu” można znaleźć na stronie internetowej https://ec.europa.eu/food/farm2fork_en

⁷ Więcej informacji na temat celów zrównoważonego rozwoju oraz sposobu, w jaki polityka UE realizuje je można znaleźć na stronie internetowej: https://ec.europa.eu/sustainable-development/about_en

⁸ Zgodnie z definicją zawartą w części 2 załącznika V do rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1999 z dnia 11 grudnia 2018 r. w sprawie zarządzania unią energetyczną i działaniami w dziedzinie klimatu, zmiany rozporządzeń Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 663/2009 i (WE) nr 715/2009, dyrektyw Parlamentu Europejskiego i Rady 94/22/WE, 98/70/WE, 2009/31/WE, 2009/73/WE, 2010/31/UE, 2012/27/UE i 2013/30/UE, dyrektyw Rady 2009/119/WE i (EU) 2015/652 oraz uchylecia rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 525/2013 (Dz.U. L 328 z 21.12.2018, s. 1)

- itd.

Promowanie projektów dotyczących produktów rolnych powinno zatem sprzyjać promocji produktów bardziej zrównoważonych pod względem ochrony środowiska w ramach strategii Europejskiego Zielonego Ładu, Różnorodności Biologicznej i strategii „od pola do stołu”, określonych w art. 11 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (TFUE).

1.2 Analiza rynku i szczegółowe cele projektów

Wniosek zawiera odpowiednią analizę rynku w podziale na kraje docelowe. Analiza rynku jest zorientowana na produkt i na rynek. Skupia się ona na każdym państwie docelowym i służy za podstawę do określenia celów działania i strategii. Powinna ona obejmować informacje i ocenę wskaźników makroekonomicznych, koniunkturę rynkową i prognozę, w tym najnowsze źródła danych.

Należy przedstawić niezbędne informacje w celu opisanego rynku lub przedstawienia sytuacji na każdym z rynków, na które ukierunkowany jest projekt, odpowiadając na pytania takie jak:

Podaj:

- Jakie są dane liczbowe dotyczące produkcji, sprzedaży i wywozu (wielkość i wartość, udział w rynku) odnoszące się do organizacji składających wnioski oraz ich państwa członkowskiego w odniesieniu do każdego z rynków docelowych? Czy planowany wzrost sprzedaży jest kompatybilny ze zdolnością do zwiększenia produkcji?
- Jaka jest struktura rynku w państwie docelowym lub państwach docelowych i jaka jest pozycja organizacji na tym rynku (to znaczy pozycja konkurencyjna wnioskodawcy)?
- Kim są ich główni konkurenci?
- Jaka jest pozycja rynkowa podmiotów UE z tego samego sektora produktów (wielkość i wartość wywozu, udział w rynku itp.)?
- Jaka jest ich pozycja w stosunku do konkurentów spoza UE?
- Z jakimi wyzwaniami muszą się oni zmierzyć?
- Jakie są ich strategie marketingowe?
- Jakie są przewagi konkurencyjne podmiotów z UE?
- Jakie są przewagi konkurencyjne organizacji inicjującej(-ych)?
- Należy wyjaśnić główne różnice (cena, jakość itp.), które sprawiają, że dany produkt będzie bardziej konkurencyjny niż inne, dostępne już produkty na rynku docelowym.
- Jakie istnieją wyzwania dotyczące aspektów logistycznych?
- Należy opisać strukturę i funkcjonowanie kanałów dystrybucji i kanałów detalicznych: najważniejsze sieci detaliczne, udział w rynku w rozbiciu na kanały dystrybucji, znaczenie wyspecjalizowanego handlu oraz kanału gastronomicznego/hotelowo-restauracyjnego.

- W przypadku państw trzecich należy podać szczegóły dotyczące warunków przywozu, takich jak bariery taryfowe lub pozataryfowe (np. środki sanitarne lub fitosanitarne) i wszelkich innych ograniczeń (np. zakazy, przejściowe lub stałe) obowiązujących albo przewidywanych w trakcie realizacji planowanego działania.

Popyt:

- Jakie są cechy charakterystyczne, demografia, profile społeczno-zawodowe, typologia obecnych konsumentów? Należy określić i opisać ilościowe i jakościowe segmenty rynku.
- Jaka jest konsumpcja na mieszkańca i jakie są tendencje w zakresie konsumpcji w perspektywie średniookresowej w odniesieniu do kategorii produktu lub konkretnych produktów planowanego działania?

Jeśli celem działania jest podniesienie świadomości:

- Jaki jest obecny stan wiedzy konsumentów?
- Co trzeba poprawić i jakie są wyzwania?
- W których segmentach świadomość jest większa/mniejsza?

Ponadto należy przedstawić streszczenie dostępnych sprawozdań z badania rynku lub wiedzy konsumentów w odniesieniu do rynków docelowych. Jeśli to możliwe, należy odnieść się do publicznie dostępnych sprawozdań, w tym do odesłań do źródeł.

Szczegółowe przepisy dotyczące wniosków ukierunkowanych na kraj/kraje najslabiej rozwinięty(-e):

Jeżeli wniosek dotyczy jednego lub kilku krajów najslabiej rozwiniętych (LDC) zgodnie z wykazem ONZ⁹, należy przedstawić własną ocenę wyjaśniającą, dlaczego proponowane działanie nie wpłynie negatywnie na cele polityki rozwojowej UE w tych krajach (zob. art. 208 ust. 1 – akapit drugi TFUE).

Analiza SWOT:

W ramach analizy rynku, należy dostarczyć analizę SWOT (mocne i słabe strony, szanse i zagrożenia) **dla każdego kraju docelowego**.

Organizacja(-e) wykonuje(-ą) analizę SWOT, aby określić swoje **wewnętrzne** mocne i słabe strony, a także swoje **zewnętrzne** szanse i zagrożenia.

Mocne i słabe strony mają związek z sytuacją organizacji inicjującej(-ych) oraz jej/ich proponowanym programem, natomiast szanse i zagrożenia są związane z czynnikami w otoczeniu rynku docelowego, które mają charakter zewnętrzny względem organizacji inicjującej(-ych).

⁹ https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/publication/ldc_list.pdf

Analiza taka ma ułatwić określenie strategii, tendencji i wyzwań, jakim projekt ma sprostać, aby osiągnąć zamierzone cele.

Cele SMART:

Wniosek określa cele działania, które są spójne z analizą SWOT i przedstawione w postaci **SMART**, a zatem mają charakter konkretnych i wymiernych celów.

Cele te powinny być:

- **skonkretyzowane**: cele muszą być dokładnie i jasno określone, aby mogły zostać zrealizowane;
- **mierzalne**: powinna istnieć możliwość zmierzenia postępów w realizacji celów na podstawie wcześniej ustalonego zestawu wymiernych wskaźników;
- **osiągalne**: cele muszą być możliwe do osiągnięcia za pomocą przydzielonych zasobów oraz w okresie trwania zaplanowanego działania;
- **realne**: cele powinny koncentrować się na wynikach, a nie na działaniach;
- **terminowe**: cele muszą mieć wyraźnie określone ramy czasowe, w których mają zostać osiągnięte.

Wnioskodawcy postępują zgodnie z zaleceniami przedstawionymi w załączniku III do niniejszego przewodnika. Powinno to ułatwić opracowanie celów SMART, a także zagwarantować spójność z oceną *ex post* działania.

Definiując cele działania, należy również wziąć pod uwagę następujące elementy:

- W jaki sposób cele działania odnoszą się do celów systemu promocji wymienionych w art. 2 i 3 rozporządzenia nr 1144/2014? Czy cele są zgodne z priorytetami określonymi w rocznym programie prac i z wybranym tematem zaproszenia?
- Czy cele działania są zgodne z przedstawioną analizą rynku?

Należy opisać maksymalnie trzy główne cele działania.

Powinny one być ściśle powiązane ze wskaźnikami oddziaływania, o których mowa w rozporządzeniu wykonawczym oraz w sekcji 3 niniejszego rozdziału.

1.3 Komplementarność z innymi działaniami a wymiar UE

Jeżeli działanie stanowi kontynuację wcześniejszej(-ych) współfinansowanej(-ych) kampanii, należy dokładnie opisać jej/ich oddziaływanie oraz uzasadnić powody ponownego złożenia i **kontynuacji**. Należy wyjaśnić, w jaki sposób projekt stanowi kontynuację poprzednich kampanii.

Wnioski powinny ponadto wyjaśniać komplementarność z innymi **trwającymi prywatnymi lub publicznymi działaniami** prowadzonymi przez inne podmioty, pod względem koncepcji i synergii, które można wypracować i zapewnić.

Jeżeli inne kampanie (współfinansowane przez UE lub nie) są w trakcie realizacji lub zostały niedawno zakończone, należy wskazać:

- a) nazwę, rynki docelowe, produkty i czas trwania podobnego działania/podobnych działań,
- b) osiągnięte wyniki, jeżeli są one znane w momencie składania wniosku,
- c) potencjalne synergije i wartość dodaną proponowanego nowego programu.

Każdy program musi również posiadać **wymiar unijny**, zarówno pod względem treści przesłania, jak i oddziaływania. Ponadto każdy program musi być zaplanowany na dużą skalę, szczególnie jeżeli chodzi o jego znaczenie transgraniczne.

W celu szczegółowego wyjaśnienia wymogów dotyczących wymiaru unijnego należy odnieść się do załącznika VI do niniejszego przewodnika oraz do dokumentu zawierającego często zadawane pytania, dostępnego pod adresem: <http://ec.europa.eu/chafea/agri/faq.html>.

W sekcji tej należy opisać potencjalne korzyści na szczeblu UE wynikające z działania, które uzasadniają jego współfinansowanie przez UE.

Jaki jest unijny wymiar działania pod względem:

- rozpowszechniania informacji na temat europejskich norm produkcji, jakości, identyfikowalności i bezpieczeństwa stosowanych do europejskich produktów, europejskich praktyk żywieniowych i kultury;
- zwiększenia znajomości produktów europejskich wśród opinii publicznej oraz w sektorach handlowych;
- zapewnienia synergii między organizacjami w więcej niż jednym państwie członkowskim;
- zakresu zastosowania rozumianego jako potencjalne oddziaływanie na grupy i rynki docelowe objęte działaniem;

UWAGA: wniosek, który ma zostać wdrożony tylko w jednym regionie państwa członkowskiego nie będzie miał znaczącego zakresu zastosowania;

- promowania wizerunku produktów europejskich na rynkach międzynarodowych;
- zrównoważonego charakteru projektu pod względem kwestii ekonomicznych, społecznych i środowiskowych. W stosownych przypadkach uwzględnia się wartość dodaną UE w zakresie zatrudnienia.

Wnioskodawca lub wnioskodawcy analizuje(-ą) unijny wymiar konkretnego wniosku, o którym mowa, zamiast kopiować go z podstawy prawnej lub tekstów zaproszeń do składania wniosków. Nie oczekuje się, że wnioski obejmą wszystkie aspekty i szczególne cechy metod rolnictwa oraz charakterystykę europejskich produktów rolnych i spożywczych. Można skupić się w nich na jednej z takich cech lub na kilku z nich.

Unijny wymiar działania przekłada się na główne przesłanie kampanii, czyli **przesłanie unijne**.

Wnioskodawcy przedstawiają główne przesłanie unijne. Mogą ponadto zaproponować co najmniej jedno przesłanie dodatkowe.

Przesłanie unijne powinno zawierać odniesienie do ogólnie rozumianej Europy, do UE, do WPR, prawodawstwa UE, unijnych produktów lub unijnych norm produkcji.

Wnioskodawcy precyzyjnie opisują we wniosku sposób promocji i popularyzacji jednego lub kilku określonych elementów związanych z unijnymi metodami produkcji rolnej i unijnymi produktami, takich jak: bezpieczeństwo żywności, identyfikowalność, autentyczność, oznakowanie, wartości odżywcze i zdrowotne, dobrostan zwierząt, poszanowanie środowiska i zrównoważonego charakteru oraz cechy unijnych produktów rolnych i spożywczych, zwłaszcza w zakresie ich jakości, smaku, różnorodności lub tradycji.

Sekcja 2: jakość

2.1 Koncepcja i strategia działania

Na podstawie analizy rynku, przedstawionej w sekcji 1.2 części B, należy opisać sposób, w jaki wnioskodawca zamierza osiągnąć cele działania, określając **strategię projektu**.

Należy odnieść się do poniższych pytań, aby uzasadnić wybór swojej strategii w odniesieniu do planowanych celów działania:

- Należy wymienić i opisać grupę docelową lub grupy docelowe działania w sposób ilościowy i jakościowy. W jaki sposób strategia będzie dostosowana do każdej z nich i w jaki sposób różne działania i wykorzystywane kanały działania umożliwią dotarcie do nich? Należy dokonać rozróżnienia na działalność handlową (B2B, czyli między przedsiębiorcami) i konsumpcyjną (B2C, czyli między przedsiębiorcami i konsumentami).
- Należy opisać i uzasadnić planowany zestaw komunikatów. W jaki sposób dokonuje się wyboru działań w odniesieniu do celów i grup docelowych? Czy działania te w największym stopniu odpowiadają celom projektu i grupom docelowym? Czy wzajemnie się wzmacniają?
- W przypadku działań ukierunkowanych na więcej niż jedno państwo, w jaki sposób strategia zostanie dostosowana do różnych rynków docelowych?
- W przypadku działań, które mają na celu uzyskanie zwrotu gospodarczego: skąd będzie pochodził wzrost – z ogólnego wzrostu konsumpcji, czy z wyparcia innych, podobnych produktów?
- W przypadku gdy działanie będzie promować jakiś system lub informować o nim, czy system ten będzie zilustrowany jakimś produktem? Jak?
- Należy podkreślić aspekty twórcze. Jakie najważniejsze przesłania zostaną wykorzystane? Czy najważniejsze przesłania są dostosowane do grup docelowych lub rynków docelowych? Należy opisać planowane treść, format i źródło przesłań.

W przypadku wniosków dotyczących rynku wewnętrznego, przesłania są dostosowywane do wytycznych żywieniowych (FBDG¹⁰) w państwach członkowskich, do których skierowana jest kampania. Jeżeli kampania obejmuje jeden lub więcej produktów, w odniesieniu do których istnieją zalecenia jakościowe i ilościowe

¹⁰ Więcej informacji można znaleźć na stronie internetowej: <https://ec.europa.eu/jrc/en/health-knowledge-gateway/promotion-prevention/nutrition/food-based-dietary-guidelines>

dotyczące poziomów spożycia zawarte w wytycznych krajowych, to przesłania w ramach kampanii powinny odzwierciedlać te zalecenia.

Działania, które obejmują jako grupę docelową osoby poniżej 18. roku życia, muszą być ponadto zgodne z krajowymi przepisami i polityką w zakresie promocji i reklamy żywności skierowanej do dzieci.

Wnioski ukierunkowane na rynek wewnętrzny i zawierające przesłanie dotyczące właściwych praktyk żywieniowych lub odpowiedzialnego spożywania alkoholu

Powinny one wykazać zgodność z odpowiednimi przepisami krajowymi lub wytycznymi w dziedzinie zdrowia publicznego w państwie członkowskim, w którym program zostanie wdrożony, oraz zawierać odniesienia lub dokumentację dotyczącą tych przepisów (zob. również rozdział 2.4 niniejszego przewodnika).

Kampanie dotyczące odpowiedzialnego spożywania alkoholu na rynku wewnętrznym powinny również zawierać odniesienie do krajowej strony internetowej lub innych środków przekazu udostępnionych przez krajowy organ ds. zdrowia, które informują o odpowiedzialnym spożyciu alkoholu lub o zagrożeniach związanych z nieodpowiedzialnym spożyciem alkoholu.

Wnioski promujące unijne systemy jakości (CHNP, CHOG, GTS i ekologiczne)

W przypadku projektów realizowanych na rynku wewnętrznym należy w szczególności zapewnić, aby działania informacyjne i promocyjne dotyczące unijnych systemów jakości koncentrowały się na systemie w głównym przesłaniu unijnym. Poszczególne produkty są wykorzystywane jedynie do zilustrowania systemu i pojawiają się jako przesłanie dodatkowe (nie osłabiając głównego przesłania unijnego).

Wnioski dotyczące promowania krajowych systemów jakości na rynku wewnętrznym

Należy zapewnić, aby działania informacyjne i promocyjne dotyczące krajowego systemu jakości koncentrowały się na systemie, a nie na poszczególnych produktach (tzn. poszczególne produkty są wykorzystywane jedynie do zilustrowania systemu i pojawiają się jako przesłanie dodatkowe, nie osłabiając głównego przesłania unijnego).

W szczególności, w przypadku gdy w przesłaniu jest mowa o pochodzeniu produktów, we wnioskach należy wskazać, w jaki sposób pochodzenie to jest uwzględnione (należy odnieść się do zasad dotyczących podawania pochodzenia określonych w art. 2–4 rozporządzenia 2015/1831, jak również w art. 18 umowy o udzielenie dotacji i załączniku 5 do niej).

W przypadku gdy w trakcie trwania działania planowane jest eksponowanie znaków handlowych, wnioskodawcy powinni odnieść się do warunków, na jakich można promować znaki handlowe, wymienionych w rozporządzeniu 2015/1831 (art. 6, 7 i 8) oraz w art. 18 umowy o udzielenie dotacji i w załączniku 5 do niej. Wnioskodawcy powinni wskazać, ile znaków towarowych zostanie wymienionych.

- Zgodnie z art. 5 ust. 4 rozporządzenia 2015/1831 należy uzasadnić, dlaczego wskazanie znaków handlowych jest niezbędne do osiągnięcia celów i w jak nie będzie to osłabiać głównego przesłania unijnego.
- W przypadku gdy wyeksponowanych jest mniej niż 5 znaków handlowych, należy przedstawić uzasadnienie, które spełnia następujące wymogi:
 - a) istnieje mniej znaków handlowych w państwie członkowskim pochodzenia organizacji inicjującej w odniesieniu do produktu lub systemu objętego działaniem;
 - b) z należycie uzasadnionych powodów nie jest możliwe zgromadzenie większej liczby partnerów, które umożliwiłoby eksponowanie większej liczby znaków handlowych. W takim przypadku wnioskodawcy są zobowiązani do przedstawienia odpowiedniego uzasadnienia i istotnych informacji zawierających wykaz innych organizacji, z którymi się skontaktowano i do których wnioskodawcy skierowali wnioski w celu ustanowienia działania obejmującego wiele produktów lub wiele państw, oraz określających powody, dla których takie działanie nie zostało przyjęte lub zaproponowane.

2.2 Utworzenie konsorcjum

Nie dotyczy. Sekcja ta jest objęta częścią A formularza wniosku. Nie są wymagane żadne działania ze strony wnioskodawcy.

2.3 Zespoły projektowe, personel i podwykonawcy

Wnioskodawcy muszą wykazać w tej sekcji, że posiadają odpowiednie kwalifikacje zawodowe konieczne do realizacji działania.

Należy wypełnić tabelę z nazwiskami i funkcjami poszczególnych członków zespołu projektowego (pracownicy ujęci w kategorii budżetowej A), odpowiedzialnych przede wszystkim za koordynację lub realizację proponowanego działania, ze wskazaniem ich funkcji oraz krótkim opisem ich roli w projekcie.

Tytułem potwierdzenia należy przedstawić następujące informacje w formie załączników:

- CV w formacie Europass (zob. sekcja 5 zaproszenia do składania wniosków) należy składać w ramach załącznika „CV”. Należy wyznaczyć kierownika projektu, który posiada co najmniej trzyletnie doświadczenie w zarządzaniu projektem.

W tej sekcji należy opisać zasoby zewnętrzne. W przypadku gdy wnioskodawcy nie posiadają wymaganych zasobów wewnętrznych, mogą zwrócić się do pracowników delegowanych, podwykonawców, podmiotów powiązanych itp.

W tym miejscu należy wymienić wszystkie zasoby zewnętrzne i opisać wewnętrzną procedurę wyboru podwykonawców, która zapewni **najlepszy stosunek wartości do ceny**, zapobiegając jednocześnie sytuacjom, w których może dojść do **konfliktu interesów**. Te same informacje należy przekazać niezależnym organom odpowiedzialnym za ocenę.

W przypadku gdy przewiduje się wsparcie finansowe dla osób trzecich, należy w tej sekcji wyjaśnić krótko rolę podmiotów powiązanych, natomiast dokładniej przedstawić ją w sekcji 6 części B. Jeśli kwota na osobę trzecią będzie przekraczać

maksymalną kwotę określoną w zaproszeniu do składania wniosków, należy to uzasadnić.

2.4 Zarządzanie konsorcjum i mechanizmy podejmowania decyzji

W przypadku kilku wnioskodawców należy opisać strukturę zarządzania, ich zakres odpowiedzialności i role w konsorcjum oraz mechanizmy podejmowania decyzji w ramach konsorcjum.

Należy wyjaśnić, w jaki sposób będą podejmowane decyzje oraz w jaki sposób zapewniona zostanie regularna i skuteczna komunikacja w ramach konsorcjum.

Informacje te powinny być podane również w przypadku wniosków złożonych wyłącznie przez jedną organizację inicjującą.

2.5 Zarządzanie projektem, kontrola jakości i monitorowanie – strategia oceny

W pierwszej części tej sekcji należy przedstawić wewnętrzne zarządzanie projektem. W opisie należy zapewnić terminową realizację działania w ramach ustalonego budżetu oraz realizację jego celów.

Trzeba też dokładnie określić podział zadań między podwykonawcami (organami wdrażającymi/oceniającymi) a wnioskodawcami. Należy określić strategię wewnętrznej koordynacji w zakresie metod/podejść dotyczących zarządzania różnymi partnerami, jeśli występują, oraz podwykonawcami w celu skutecznego zarządzania operacyjnego programem.

Jakie są mechanizmy kontroli jakości? W jaki sposób nadzorowana będzie praca podwykonawców? W jaki sposób monitorowana będzie jakość wyników i ich czas realizacji?

Np. w przypadku osiągnięcia przez podwykonawcę wyników gorszych od spodziewanych, w jaki sposób organizacja inicjująca zapewni, że działanie będzie realizowane zgodnie z przewidywaniami?

Aby potwierdzić zdolność operacyjną organizacji inicjującej(-ych) do wniosku załącza się następujące dokumenty (sekcja 7 zaproszenia do składania wniosków):

- Sprawozdanie z działalności organizacji inicjującej(-ych) z ostatniego roku składane jest w załączniku „Informacje dodatkowe”.
- Wykaz wszystkich projektów finansowanych przez UE w ciągu ostatnich 3 lat, zrealizowanych wraz ze wskazaniem poprzednich projektów, których dotyczy wniosek, należy umieścić w niniejszej sekcji lub przedstawić w załączniku „Informacje dodatkowe”.

UWAGA (dotyczy prostych programów): W przypadkach gdy wnioskodawcy proponują realizację niektórych części wniosku, należy udowodnić, że posiadają oni co najmniej trzyletnie doświadczenie w zakresie realizacji podobnych działań informacyjnych i promocyjnych.

W drugiej części sekcji „Metody oceny i wskaźniki projektu” należy szczegółowo omówić metodologię pomiaru realizacji wszystkich celów działania. Badanie oceniające wyniki projektu jest prowadzone przez niezależny podmiot zewnętrzny.

Należy określić, kiedy zostanie przeprowadzona ocena (na koniec działania (obowiązkowo) lub na koniec każdego roku działania).

Załącznik III do niniejszego przewodnika zawiera przykłady metodologii, które mogą być wykorzystane do pomiaru **zwrotu gospodarczego**, jak również oddziaływania na świadomość globalną **korzyści informacyjnych**. Możliwe jest również zastosowanie innych metodologii pomiaru. Celem proponowanej metodologii jest jednak określenie minimalnej jakości ocen oraz ujednoczenie ocen i ustalenie celów dla różnych działań.

Należy określić wykaz **wskaźników produktów, wskaźników wyników i wskaźników oddziaływania**: zaleca się stosowanie wskaźników określonych w art. 22 rozporządzenia wykonawczego Komisji (UE) 2015/1831 i w załączniku I do tego rozporządzenia.

Można również zastosować podobne wskaźniki, jeżeli są one bardziej stosowne i odpowiednio uzasadnione.

- **Wskaźniki wyników** powinny być **powiązane z planowanymi pakietami roboczymi i rezultatami**, jak przedstawiono w sekcji 4 części B.
- **Wskaźniki oddziaływania** powinny być ściśle **związane ze szczegółowymi celami działania** (wymienionymi w sekcji 1.2 części B).

Ze względu na to, że oczekiwane ostateczne oddziaływanie kampanii polega na zwiększeniu konkurencyjności i konsumpcji unijnych produktów rolno-spożywczych:

Każdy wniosek dotyczący programu powinien zawierać co najmniej **wskaźnik oddziaływania wyrażony w EUR**, który pokazuje zmianę poziomu sprzedaży lub wywozu promowanych produktów lub – w stosownych przypadkach – zmianę poziomu świadomości konsumentów lub uznania unijnych systemów jakości.

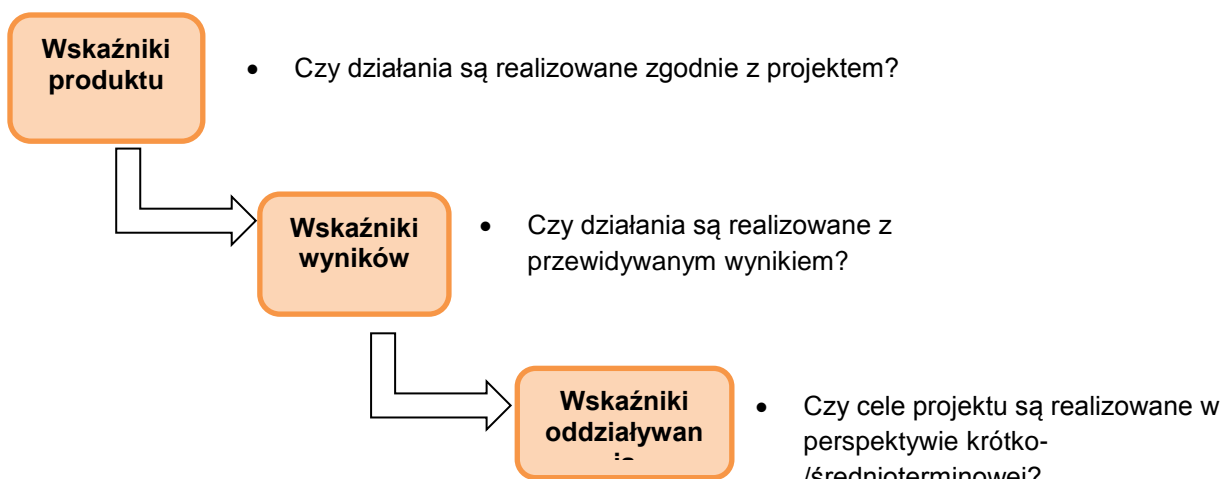
W celu wykazania jakości proponowanych metod oceny i wskaźników należy podać szczegółowe informacje na temat:

- poziomu bazowego lub, w przypadku jego braku, sposobu jego ustalenia;
- wartości docelowych dla przewidywanych wskaźników.

Ocena wyników realizacji działania nie powinna skupiać się wyłącznie na jego dobrym wykonaniu. Działanie, które zostało zrealizowane zgodnie z planem, może mimo to wykazywać niewielkie oddziaływanie.

Na przykład fakt, że odwiedzającym rozdano podczas degustacji w punkcie sprzedaży 10 000 broszur potwierdza, że działanie zostało zrealizowane zgodnie z wnioskiem. Nie jest to jednak dowód na osiągnięcie celów danego działania, które będą związane ze zmianami w świadomości lub wzrostem sprzedaży. Liczba rozdanych broszur stanowi wskaźnik produktu.

Stosunek między wskaźnikami produktu, wyników i oddziaływania można przedstawić następująco:



2.6 Opłacalność i zarządzanie finansami

Ta część powinna uwzględniać dwa aspekty.

Należy krótko opisać, w jaki sposób proponowane wyniki i cele działania zostaną osiągnięte w najbardziej opłacalny sposób.

Następnie należy wskazać, w jaki sposób działanie będzie finansowane oraz w jaki sposób środki finansowe będą przydzielane i zarządzane w ramach konsorcjum.

Wnioskodawcy muszą wskazać wynik samodzielnie przeprowadzonej oceny wykonalności finansowej oraz go skomentować¹¹. W szczególności jeżeli wynik jest „słaby”, należy wyjaśnić, w jaki sposób zostanie zapewniona płynność (oprócz płatności zaliczkowych), np. za pomocą funduszy własnych lub kredytu bankowego. Należy również wskazać, czy przewidywane są wkłady finansowe ze strony członków organizacji.

W stosownych przypadkach należy wskazać źródła i otrzymane kwoty finansowania unijnego (lub o które wnioskowano) na to samo działanie lub część działania bądź na funkcjonowanie (dotacja operacyjna) w ciągu ostatnich trzech lat budżetowych.

W przypadku zamiaru złożenia kilku wniosków w ramach niniejszego zaproszenia do składania wniosków, które mogą być realizowane równolegle, należy również przedstawić informacje na temat tego, w jaki sposób można zapewnić realizację, jeżeli do finansowania zatwierdzone zostanie więcej wniosków, a także informacje na temat potencjalnych oszczędności (np. to samo narzędzie wykorzystywane w różnych kampaniach).

W szczególności należy odnieść się do:

a) **zdolności operacyjnej**: w jaki sposób zapewniona zostanie dostateczna zdolność operacyjna i wystarczający personel, aby osiągnąć cele planowanych działań? (Można się odnieść do tego aspektu w sekcji 2.3 wniosku.)

b) **zdolności finansowej**: w jaki sposób zapewnione zostanie zarządzanie finansami i właściwa płynność, aby spełnić zobowiązania płatnicze wobec podwykonawców z tytułu projektów realizowanych równolegle.

¹¹ Wszyscy wnioskodawcy muszą samodzielnie przeprowadzić ewaluację wykonalności finansowej za pośrednictwem: <https://ec.europa.eu/research/participants/lfv/lfvSimulation.do>

2.7 Zarządzanie ryzykiem

Należy opisać zarządzanie ryzykiem, które zostanie wdrożone: wyjaśnić rozpoznane ryzyka, reakcje na ryzyko i narzędzia zarządzania ryzykiem.

Jakie są rodzaje zagrożeń związanych z realizacją działania (np. w odniesieniu do określonych wątpliwości lub ograniczeń rynkowych związanych z docelowym państwem trzecim)? Należy dokonać klasyfikacji ryzyka według jego rodzaju, np.: finansowego, politycznego, rynkowego itd., korzystając z tabeli zawartej w szablonie. W jaki sposób zostaną one uwzględnione, jakie środki łagodzące zostaną wprowadzone w życie? Jakie jest potencjalne oddziaływanie tego ryzyka i prawdopodobieństwo jego wystąpienia? Należy dokonać kategoryzacji ryzyka w zależności od prawdopodobieństwa i oddziaływania (wysokie, średnie, niskie).

Sekcja 3: oddziaływanie

3.1 Oddziaływanie i oczekiwany zwrot

Należy określić krótko-, średnio- lub długoterminowe oddziaływanie projektu na szczeblu UE. Należy też opisać potencjał działania w zakresie zwiększenia popytu lub udziału w rynku oraz sposób i zakres, w jaki inne podmioty z UE będą czerpać korzyści z projektu.

Oddziaływanie projektu pod względem zrównoważonego charakteru powinno również przedstawiać przewidywane średnio- lub długoterminowe oddziaływanie związane z wkładem projektu w zrównoważoną produkcję i konsumpcję.

Biorąc pod uwagę, że oczekiwany ostateczny zwrot z kampanii ma na celu zwiększenie konkurencyjności i konsumpcji unijnych produktów, **proponowany poziom inwestycji musi być uzasadniony oczekiwanym zwrotem z inwestycji.**

Podstawą uzasadnienia poziomu inwestycji jest zwrot gospodarczy lub korzyści informacyjne:

- **Zwrot gospodarczy** powinno się zazwyczaj szacować na szczeblu organizacji inicjującej lub na szczeblu krajowym. W przypadku działań mających na celu osiągnięcie korzyści gospodarczych, np. działań zmierzających do zwiększenia udziału produktów unijnych w rynku, należy oszacować zwrot w bezwzględnych wartościach pieniężnych, tj. w wartości w EUR.

Podobnie do metody oceny po zakończeniu realizacji działania wymierny cel powinien zmierzać do wykluczenia wpływów zewnętrznych, tak aby określić skutki, które można bezpośrednio przypisać danemu działaniu. To oszacowanie powinno wykraczać poza zwykłe porównanie danych liczbowych z okresu przed kampanią i po niej. Powinno na przykład zostać skorygowane o istniejące tendencje rynkowe, które wystąpiłyby również w przypadku gdyby działanie nie zostało zrealizowane. Więcej informacji na temat metod, które mogłyby zostać wykorzystane do obliczenia tych danych liczbowych, znajduje się w załączniku III do niniejszego przewodnika.

- Działania mające na celu osiągnięcie **korzyści informacyjnych**, na przykład działania zmierzające do podniesienia świadomości, powinny określić ilościowo odnośne przewidywane oddziaływanie na liczbę osób, które zdobyły

nową wiedzę/zmieniły zdanie. Liczba osób, do których udało się dotrzeć, stanowi wskaźnik oddziaływania w zakresie poprawy świadomości. W załączniku III do niniejszego przewodnika przedstawiono więcej informacji na temat wymogów metodologicznych.

We wnioskach należy wskazać wartość odniesienia do oszacowania oddziaływania działania w porównaniu ze scenariuszem, w którym działanie nie zostałyby zrealizowane.

UWAGA:

- Działanie przedstawia oczekiwany zwrot z inwestycji obliczony na poziomie organizacji inicjującej(-ych) lub państw(a) członkowskiego(-ch), z którego(-ych) pochodzi(-a) (nie zaś na szczeblu UE).
- W przypadku gdy działanie jest ukierunkowane na więcej niż jedno państwo docelowe, spodziewane rezultaty powinny zostać zdezagregowane według rynków/państw docelowych.
- We wnioskach należy wykazać, że oczekiwana stopa zwrotu jest realistyczna.
- Należy uwzględnić oddziaływanie w kategoriach zrównoważonego rozwoju.

3.2 Komunikacja, rozpowszechnienie i zauważalność

Nie dotyczy.

3.3 Zrównoważony rozwój a kontynuacja działań

Należy opisać dalsze działania związane z projektem po zakończeniu jego finansowania z funduszy UE. Trzeba wyjaśnić, w jaki sposób zapewniony zostanie zrównoważony rozwój w aspekcie oddziaływania projektu oraz w jaki sposób wyniki kampanii zostaną wykorzystane przez wnioskodawców w perspektywie długoterminowej i po zakończeniu finansowania ze środków UE.

Sekcja 4: działania, pakiety robocze, harmonogram i podwykonawstwo

Sekcja 4 części B jest poświęcona omówieniu działań w ramach projektu. W formularzu wniosku część ta stanowi odrębną sekcję, ale należy wziąć pod uwagę, że jej ocena dokonywana jest głównie na podstawie kryterium jakości.

Opis tej sekcji powinien obejmować zarówno zwięzły opis działań, jak i szczegółową analizę odnośnego budżetu.

Planowane działania powinny być pogrupowane w pakiety robocze. Pakiet roboczy grupuje wszystkie działania i powiązane rezultaty objęte jedną główną linią budżetu szczegółowego, taką jak: koordynacja projektu, public relations, wydarzenia, ocena itd.

Wnioskodawcy powinni wprowadzić dwa obowiązkowe pakiety robocze: koordynację projektu i ocenę.

Wnioskodawcy muszą opisać działania podejmowane w celu zarządzania projektem i

zapewnienia, aby projekt był realizowany w sposób zaplanowany w ramach działania „koordynacja projektu”.

W odniesieniu do wielu projektów, w ramach tego pakietu roboczego, należy przewidzieć spotkanie wstępne z Agencją i beneficjentami, podczas którego Agencja wyjaśni wzór umowy o udzielenie dotacji, zarządzanie finansami i wymogi dotyczące składania sprawozdań, jak również stosowanie narzędzi informatycznych w celu ułatwienia wdrożenia projektu.

Rezultat to fizyczny wynik działania, np. seminarium, akcja w punkcie sprzedaży itp. Przy podejmowaniu decyzji o poziomie szczegółowości w działaniach i prezentacji budżetu należy odpowiedzieć na następujące pytania dotyczące konkretnego działania: kto, co, kiedy, gdzie, dlaczego? Ich opis powinien być na tyle dokładny, aby można było oszacować ich efektywność kosztową.

Szacowane koszty powinny zostać podane na poziomie wyników przy zastosowaniu „kosztów według rodzaju produktu”.

W przypadku każdego działania istotne jest wyjaśnienie dlaczego to działanie jest planowane (zgodnie z celami), określenie grup docelowych i ich rozmiarów, okresu realizacji, miejsca organizacji działania i całkowitych rocznych kosztów.

Przykład:

- W przypadku seminariów: należy przedstawić szczegółowe informacje dotyczące miejsca, harmonogramu, uczestników, oczekiwanych rezultatów itd.
- W odniesieniu do kampanii medialnych: prezentacja powinna zawierać szczegółowe informacje na temat całkowitego budżetu zainwestowanego w produkcję i dystrybucję reklam (tj. zakup mediów, w tym roczne obniżki), jak również harmonogram kampanii. Nie jest konieczne podawanie szczegółów dotyczących nazw publikacji i stacji telewizyjnych. Należy jednak podać takie informacje jak pokrycie, zasięg, częstotliwość czy wskaźnik oddziaływania mediów – tzw. Gross Rating Points (GRP) – dotyczące grup docelowych, do których udało się dotrzeć, jako wskazanie zakresu kampanii.
- W przypadku działań w zakresie stron internetowych lub mediów społecznościowych: prezentacja powinna zawierać szczegółowe informacje na temat funkcjonalności, które zostaną rozwinięte, w tym przewidywanych konkretnych treści cyfrowych. Powinna również dostarczać informacji na temat pożądanego wzrostu oglądalności i poziomu zaangażowania (dane dotyczące liczby osób odwiedzających strony, śledzących konto, liczby wprowadzonych treści itp.), a także określać zakres prowadzonych działań.

Wnioskodawcy powinni również wskazać, kto będzie realizował poszczególne działania – podwykonawcy (organy wykonawcze), podmioty powiązane lub organizacja inicjująca (w przypadku kilku organizacji inicjujących, z których jedna będzie realizowała dane działanie), zapewniając dokładny podział pracy między wnioskodawcą a pozostałymi zaangażowanymi podmiotami.

Analiza budżetu musi być dostatecznie szczegółowa: wykorzystując **szacowane koszty** dla każdego rezultatu.

Wzór opisu działań oraz uzasadnienie budżetu należy zastosować w odniesieniu do wszystkich pakietów roboczych, których wdrożenie jest planowane.

Należy pamiętać również, że **ogólny budżet na działania** z podziałem na pakiety robocze („**Szczegółowa tabela budżetowa**”) powinien zostać załączony do wniosku przy użyciu szablonu udostępnionego w systemie.

Wypełniając części „Szacunkowa analiza budżetu”, należy uwzględnić wskazówki oraz sposób przedstawienia danych w tabeli szczegółowego budżetu:

- Koszty w nagłówku „1. Koordynacja projektu” obejmują czas, jaki personel (i osoby powiązane) poświęca na pracę na rzecz beneficjenta odpowiedzialnego za koordynację z państwem członkowskim lub państwami członkowskimi, współpracę między partnerami oraz z organami wdrażającymi i innymi podwykonawcami. Główne zadania nie mogą być zlecane w ramach podwykonawstwa ani powierzane innemu współbeneficjentowi (zob. pkt 1.2.3). Ten pakiet roboczy obejmuje jedynie koszty organizacji inicjującej(-ych), a nie podwykonawców, których koszty powinny zostać uwzględnione w kosztach poszczególnych działań. Liczba osobodni szacowana w odniesieniu do działań prowadzonych przez wnioskodawców oraz ich stawki muszą być jasno uzasadnione.
- Inne koszty koordynacji projektu obejmują głównie koszty podróży. Inne bezpośrednie koszty usług, takie jak VAT niepodlegający odliczeniu, audyt, gwarancja bankowa, amortyzacja itp. należy zawrzeć pod ostatnim nagłówkiem „Inne kwalifikowalne koszty organizacji inicjującej”.
- Koszty w nagłówku „2. Public relations” powinny obejmować wszystkie działania związane ze stałą pracą biura PR i wydarzeniami prasowymi: pracę z osobami opiniotwórczymi, tworzenie list kontaktów dziennikarzy/blogerów, opracowywanie i rozpowszechnianie komunikatów prasowych¹², noty informacyjne, organizację wywiadów lub wydarzeń, opracowywanie i koszty kryptoreklam, opracowywanie i przesyłanie newsletterów, gromadzenie i analizę wycinków prasowych itd.
- Nagłówek „3. Strona internetowa, media społecznościowe” powinien obejmować tworzenie, przebudowę, aktualizację i utrzymanie strony lub stron internetowych oraz kont w mediach społecznościowych. Można również uwzględnić działania związane z zarządzaniem na poziomie społeczności.
- „4. Reklama”:
 - Reklamę w internecie należy przedstawić pod tym nagłówkiem, a nie pod nagłówkiem kosztów „3. Strona internetowa, media społecznościowe”
 - Reklama drukowana nie obejmuje kryptoreklam, które należy przedstawić w ramach PR (zob. powyżej); obejmuje ona wkładki do czasopism lub gazet.
 - Koszty związane ze sponsorowaniem programów telewizyjnych należy umieścić pod nagłówkiem „4. Reklama”

¹² Komunikaty prasowe powinny dotyczyć przede wszystkim przekazywania informacji o zbliżających się działaniach i oczekiwanych rezultatach projektu. Wnioskodawcy nie powinni planować w swoich wnioskach komunikatów prasowych, których jedynym celem jest ogłoszenie o przyznaniu dotacji i otrzymaniu finansowania UE.

- Reklamę w punktach sprzedaży należy umieścić pod nagłówkiem „7. Promocja w punktach sprzedaży”
- „7. Promocja w punktach sprzedaży”: w odniesieniu do dni degustacji, należy **uzasadnić ilość i koszty próbek produktów na dzień**; koszty jednostkowe powinny odpowiadać **kosztom produkcji** i transportu, nie zaś cenom detalicznym takich produktów.
- Pod nagłówkiem „8. Pozostałe działania” można wymienić wszelkie pozostałe działania związane z wnioskiem, które nie zostały wspomniane w innych punktach.
- „9. Ocena wyników”: obejmuje wszystkie koszty związane z zewnętrzną oceną.

Koszty działań powinny być spójne z opisami produktów i porównywalne ze stawkami rynkowymi w kraju(-ach) docelowym(-ch).

Wnioskodawcy dokładnie sprawdzają, czy w żadnych dokumentach złożonych we wniosku nie występują błędy budżetowe.

Należy przedstawić **harmonogram projektu**: przygotowując ten harmonogram, należy pamiętać, że realizacja działań może zostać opóźniona o maksymalnie 6 miesięcy w stosunku do daty podpisania umowy o udzielenie dotacji.

2.4. Załączniki do wniosku

Do wniosku należy dołączyć następujące załączniki (odpowiednie szablony są dostępne w narzędziu do składania wniosków na portalu Funding and Tenders, po uruchomieniu procedury przygotowania wniosku):

Tytuł załącznika	Wzór	Wymóg w odniesieniu do języka	Uwagi
Szczegółowa tabela budżetowa	Tak	Można złożyć w dowolnym języku urzędowym UE, tłumaczenie nie jest konieczne	Załącznik nr 1 do części B
CV	Nie	Można złożyć w dowolnym języku urzędowym UE. Najlepiej w języku angielskim i w formacie Europass	Załącznik nr 2 do części B Patrz sekcja 2.3.
Informacje dodatkowe	Nie	Można złożyć w dowolnym języku urzędowym UE, tłumaczenie nie jest konieczne	Załącznik nr 3 do części B Dokumenty potwierdzające: - sprawozdania z działalności i wykaz wszystkich projektów finansowanych przez UE w ciągu ostatnich 3 lat (zob. sekcja 5 zaproszenia do składania wniosków) - akredytacja krajowych systemów jakości, certyfikacja w zakresie zrównoważonego rozwoju lub informacje dotyczące właściwych praktyk żywieniowych i odpowiedzialnego spożycia alkoholu (zob. warunki wymienione w sekcji 6 zaproszenia do składania wniosków).
Informacje na temat reprezentatywności ORAZ Informacje dotyczące podmiotu prawnego	Tak	Można złożyć w dowolnym języku urzędowym UE. Zaleca się dołączenie tłumaczenia na język angielski oraz, w przypadku informacji dotyczących osoby prawnej, przynajmniej streszczenia w języku angielskim	Załącznik nr 4 do części B Zob. wymogi określone w zaproszeniu do składania wniosków oraz w załączniku II do niniejszego przewodnika. Wraz z dokumentami uzupełniającymi wymienionymi poniżej.
Identyczny tekst części B w języku angielskim	Tak	W języku angielskim	Załącznik nr 5 do części B Zob. sekcja 1.2.2 niniejszego przewodnika

W celu oceny kwalifikowalności wnioskodawców, wymagane jest wypełnienie dokumentów uzupełniających wraz z informacją o reprezentatywności:

- podmiot prywatny: wyciąg z urzędowego rejestru, kopia umowy spółki/statutu, wyciąg z rejestru handlowego bądź rejestru stowarzyszeń, zaświadczenie o podleganiu opodatkowaniu podatkiem VAT (jeżeli numer rejestru handlowego i numer VAT są identyczne, jak ma to miejsce w niektórych krajach, wymagany jest tylko jeden z tych dokumentów);
- podmiot publiczny: kopia uchwały lub decyzji ustanawiającej spółkę publiczną bądź inny urzędowy dokument ustanawiający podmiot prawa publicznego;
- podmioty nieposiadające osobowości prawnej: dokumenty stanowiące dowód, iż ich przedstawiciel(e) jest/są uprawniony(-eni) do zaciągania w ich imieniu zobowiązań prawnych;

W przypadku programów prostych na etapie składania wniosku należy również dołączyć następujące dodatkowe dokumenty finansowe:

Tytuł załącznika	Wzór	Wymóg w odniesieniu do języka	Uwagi
Roczne sprawozdanie finansowe	Nie	Można złożyć w dowolnym języku urzędowym UE, tłumaczenie nie jest konieczne	Bilans oraz rachunek zysków i strat za ostatni rok budżetowy, który został zamknięty
Biznesplan (<i>nowo utworzone podmioty</i>)	Nie	Można złożyć w dowolnym języku urzędowym UE, tłumaczenie nie jest konieczne	W przypadku braku rocznych sprawozdań finansowych
Sprawozdanie z audytu lub oświadczenie własne ¹³ w odniesieniu do organizacji inicjujących, które wnioskuje o dotację w wysokości >750 000 EUR	Nie	Można złożyć w dowolnym języku urzędowym UE, tłumaczenie nie jest konieczne	Zob. akapit poniżej
Wstępnie wypełniony formularz dotyczący zdolności finansowej	Tak	Można złożyć w dowolnym języku urzędowym UE, tłumaczenie nie jest konieczne	Zob. sekcja 2.3 niniejszego przewodnika

Sprawozdanie z audytu zewnętrznego lub oświadczenie własne

Uczestnik ubiegający się o dofinansowanie ze środków UE w wysokości przekraczającej 750 000 EUR (próg na jednego wnioskodawcę), musi złożyć:

¹³ Wzór oświadczenia własnego:

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

- sprawozdanie z audytu, wydane przez zatwierzonego audytora zewnętrznego, potwierdzające sprawozdanie finansowe za ostatni dostępny rok budżetowy, jeżeli takie sprawozdanie jest dostępne i wymagane jest przeprowadzenie audytu zgodnie z prawem unijnym lub krajowym;

lub

- oświadczenie własne podpisane przez upoważnionego przedstawiciela wnioskodawcy, potwierdzające ważność jego sprawozdania finansowego za ostatni rok budżetowy. Do oświadczenia własnego należy załączyć dokumenty prawne potwierdzające tożsamość przedstawiciela prawnego oraz jego upoważnienie do podpisywania w imieniu wnioskodawcy.

Tego przepisu nie stosuje się do podmiotów publicznych.

W przypadku programów, w których uczestniczy wiele państw, dokumenty finansowe będą wymagane na późniejszym etapie tylko w odniesieniu do wnioskodawców, którym przyznano dotacje.

3. OCENA I WYNIKI

Wszystkie wnioski otrzymane przez Agencję Wykonawczą za pośrednictwem elektronicznego systemu składania wniosków przechodzą wielopoziomowy proces oceny w odniesieniu do kilku kryteriów wskazanych w zaproszeniu (sekcje 6–9): kwalifikowalności, wykluczenia, wyboru i udzielenia dotacji.

Ocenę wniosków przeprowadza się z zastosowaniem najwyższej poufności.

Po złożeniu wniosku Agencja nie skontaktuje się z wnioskodawcą, dopóki wniosek nie zostanie oceniony, chyba że:

- Agencja musi skontaktować się z wnioskodawcą w celu wyjaśnienia kwestii takich jak kwalifikowalność lub zażądania dodatkowych informacji dotyczących wszelkich innych części wniosku, w granicach odpowiednich przepisów rozporządzenia finansowego UE (może poprosić o wyjaśnienia, aby lepiej zrozumieć elementy złożonego wniosku lub dokumenty potwierdzające; jednak wyjaśnienia nie mogą skutkować istotnymi zmianami wniosku);
- wnioskodawca wniósł skargę w odniesieniu do procedury składania wniosków (zob. dodatkowe wytyczne dotyczące składania wniosków na portalu Funding and Tenders).

3.1. Przegląd procedury oceny

Wszystkie kryteria i obowiązkowe dokumenty potwierdzające określono w odnośnym zaproszeniu do składania wniosków. Należy uważnie zapoznać się z tymi kryteriami.

Wnioski niespełniające któregokolwiek z tych kryteriów zostaną wykluczone na określonym etapie procesu oceny.

Co do kryteriów udzielenia dotacji, dodatkowe informacje można znaleźć w załączniku I do niniejszego przewodnika.

Jakość wniosków zostanie oceniona pod kątem kryteriów i kryteriów szczegółowych określonych w niniejszym załączniku, przy czym w przypadku

każdego z głównych kryteriów udzielenia dotacji przyjęto również określony próg.

Zachęca się wnioskodawców do zwrócenia uwagi na kryteria szczegółowe udzielenia dotacji i na odniesienie się do nich w swoim wniosku.

Dotyczy to w szczególności programów, w których uczestniczy wiele państw:

Agencja Wykonawcza ds. Badań Naukowych (REA) będzie kontaktować się z wnioskodawcami programów, w których uczestniczy wiele państw w związku z poświadczeniem ich podmiotu prawnego, a także ich zdolności finansowej¹⁴.

3.2. Rezultaty

Po dokonaniu oceny wszystkie kwalifikujące się wnioski są uszeregowane według całkowitej liczby punktów przyznanych w ramach oceny kryteriów przyznawania dotacji. Jedynie wnioski ocenione powyżej wszystkich progów kwalifikują się do współfinansowania. Wniosek lub wnioski, które uzyskały najwyższą liczbę punktów, otrzymają współfinansowanie w zależności od dostępności środków budżetowych.

Dla każdego z tematów priorytetowych wymienionych w danym zaproszeniu sporządza się oddzielną listę rankingową.

Ponadto sporządzona zostanie rezerwowa lista wniosków na wypadek, gdyby w ciągu roku dostępnych było więcej środków.

W przypadku programów, w których uczestniczy wiele państw, po zakończeniu oceny wszyscy wnioskodawcy, niezależnie od uzyskanej oceny, zostaną powiadomieni o wynikach za pośrednictwem portalu Funding and Tenders.

W przypadku programów prostych właściwe organy krajowe poinformują wnioskodawców o decyzji Komisji Europejskiej w sprawie wyboru/odrzućenia wniosków.

¹⁴ Więcej informacji można znaleźć na stronie:

https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/docs/2021-2027/common/guidance/rules-lev-lear-fca_pl.pdf

ZAŁĄCZNIKI

Załącznik I: Dodatkowe informacje dotyczące kryteriów przyznania finansowania

Załącznik II: Informacje na temat reprezentatywności/podmiotu prawnego

Załącznik III: Wskazówki metodologiczne dotyczące obliczania korzyści *ex post*

Załącznik I: Dodatkowe informacje dotyczące kryteriów przyznania finansowania

Jak wspomniano w zaproszeniu do składania wniosków, część B wniosku służy do oceny wniosku w świetle kryteriów przyznania finansowania.

Oznacza to, że każdy wniosek zostanie oceniony pod kątem kryteriów i kryteriów szczegółowych zawartych w poniższej tabeli, przy czym w przypadku każdego z głównych kryteriów przyznania finansowania przyjęto również określony próg. W ocenie jakości wniosków zostaną wzięte pod uwagę następujące kryteria szczegółowe:

KRYTERIA	KRYTERIA SZCZEGÓŁOWE
1. ISTOTNOŚĆ	Maksymalna liczba punktów: 25 Próg: 15
(a) Znaczenie proponowanych działań informacyjnych i promocyjnych dla celów głównych i szczegółowych wymienionych w art. 2 rozporządzenia (UE) nr 1144/2014, celów wymienionych w art. 3 tego rozporządzenia i priorytetów, celów i oczekiwanych wyników przedstawionych w ramach odpowiedniego priorytetu tematycznego	<ul style="list-style-type: none"> Wniosek dobrze wpisuje się w realizację celów szczegółowych i celów przewidzianych w podstawie prawnej oraz jest istotny w kontekście wybranego priorytetu tematycznego i problematyki, jakiej poświęcone jest zaproszenie do składania wniosków. Odpowiednie kwestie zostały dobrze przełożone na strategię, działania i komunikaty programu.
(b) Wkład proponowanego projektu informacyjnego i promocyjnego w realizację celów związanych z klimatyczno-środowiskowymi założeniami WPR, Zielonego Ładu i strategii „od pola do stołu”, zwłaszcza w odniesieniu do zrównoważonego charakteru produkcji i konsumpcji	<ul style="list-style-type: none"> Projekt skutecznie przyczynia się do realizacji klimatyczno-środowiskowych założeń wspólnej polityki rolnej, zwłaszcza w odniesieniu do zrównoważonego charakteru produkcji i konsumpcji (Zielony Ład i strategia „od pola do stołu”). Projekty wdrażane na rynku wewnętrznym są zgodne z wytycznymi żywieniowymi docelowego państwa członkowskiego.
(c) Jakość i istotność analizy rynku	<ul style="list-style-type: none"> Analiza rynku obejmuje ujęte we wniosku rynki docelowe, a jej podstawę stanowią rzetelne dane z badań rynkowych i dane liczbowe na temat przywozu/wywozu, które podano we wniosku. W analizie rynku wskazano tendencje i wyzwania, których sprostaniu służy realizacja programu i które zostały przedstawione w spójnej analizie SWOT. W analizie rynku opisano pozycję konkurencyjną organizacji inicjującej(-ych) oraz produktów, które mają być wprowadzane do obrotu, innych dostawców z UE, a także ich konkurentów z państw trzecich. W analizie rynku zidentyfikowano i odpowiednio opisano grupy docelowe, do których adresowany jest program. W analizie rynku opisano strukturę i funkcjonowanie kanałów dystrybucji i sprzedaży detalicznej. W przypadku rynków państw trzecich analiza odnosi się do warunków przywozu, takich jak bariery taryfowe i pozataryfowe.
(d) Spójność strategii, celów, grup docelowych i najważniejszych przesłań programu	<ul style="list-style-type: none"> Cele programu są spójne z analizą rynku i analizą SWOT. Cele programu są skonkretyzowane, wymierne, osiągalne, zorientowane na wyniki i terminowe (SMART). Strategia odnosi się do wyzwań wskazanych w analizie rynku i jest spójna z celami programu. W przypadku kontynuacji wcześniejszych kampanii współfinansowanych wpływ i powód kontynuacji wcześniejszych kampanii zostały precyzyjnie opisane.

	<ul style="list-style-type: none"> Strategia i główne przesłania są dostosowane do wszystkich rynków i grup docelowych.
(e) Unijne przesłanie kampanii	<ul style="list-style-type: none"> Wniosek jasno opisuje przewidziane główne przesłanie unijne i sposób, w jaki program będzie rozpowszechniać informacje na temat jednej lub kilku określonych cech unijnych metod produkcji rolnej i produktów rolnych oraz je promować. <p>W komunikatach programów zawarto odniesienie do ogólnie rozumianej Europy, do UE, do WPR, prawodawstwa UE, unijnych produktów lub unijnych norm produkcji.</p>
2. JAKOŚĆ	Maksymalna liczba punktów: 50 Próg: 30
(a) Odpowiednie dobranie działań do celów i strategii programu, właściwy zestaw komunikatów, synergia między działaniami	<ul style="list-style-type: none"> Działania i zestaw komunikatów dobrze odpowiadają celom, strategii oraz grupom docelowym programu. Zaplanowane działania wzajemnie się uzupełniają. Jeżeli projekt będzie realizowany równoległe z innymi kampaniami prywatnymi lub publicznymi, opracowano go w taki sposób, by zapewnić synergii z takimi kampaniami.
(b) Zwięzły opis działań i rezultatów	<ul style="list-style-type: none"> Działania są opisane w taki sposób, aby odpowiedzieć na pytania: kto, co, kiedy, gdzie, dlaczego? <p>Opis jest wystarczająco szczegółowy, aby umożliwić oszacowanie opłacalności.</p>
(c) Jakość proponowanych metod oceny i wskaźników	<ul style="list-style-type: none"> W ocenie uwzględniono wyniki badania przeprowadzonego przez niezależny podmiot zewnętrzny, które miało na celu ocenę wpływu programu. Stosowane metody są zgodne z metodami zaproponowanymi w załączniku III. Proponowane wskaźniki są zgodne z zasadami sformułowanymi w art. 22 rozporządzenia wykonawczego Komisji (UE) 2015/1831. Dla planowanych wskaźników zaproponowano wartości wyjściowe i wartości docelowe.
(d) Odpowiedni podział budżetu w odniesieniu do celów i zakresu działań	<ul style="list-style-type: none"> Budżet został odpowiednio rozdzielony między różne rodzaje działań. Jest proporcjonalny do opisanego strategii i oczekiwanego wpływu.
(e) Jasny opis szacunkowych kosztów i rzetelność budżetowa	<ul style="list-style-type: none"> Dla poszczególnych rezultatów opisano i przedstawiono koszty przy użyciu kosztów w przeliczeniu na produkt. W analizie kosztów w części B i w szczegółowej tabeli budżetowej nie ma błędów. <p>Szczegółowa tabela budżetowa została dostosowana do budżetu przedstawionego w części A wniosku oraz do opisu zamieszczonego w części B sekcja 6.</p>
(f) Spójność między szacowanymi kosztami i rezultatami	<ul style="list-style-type: none"> Koszty działań są spójne z opisem i zakresem rezultatów. Koszty poszczególnych działań są porównywalne ze standardowymi stawkami rynkowymi obowiązującymi w państwie docelowym. Szacunkowa liczba osobodni przeznaczonych na działania realizowane przez wnioskodawcę(-ów) jest proporcjonalna do stopnia jego (ich) zaangażowania w realizację programu, a jego (ich) stawki są uzasadnione.

(g) Struktura organizacyjna i zarządcza projektu	<ul style="list-style-type: none"> • Struktura zarządzania oraz role pracowników biorących udział w realizacji programu zostały jasno opisane. • Podział zadań między organami wdrażającymi / jednostkami oceniającymi a wnioskodawcami został jasno określony. • Określono skuteczną strategię wewnętrznej koordynacji w zakresie zarządzania różnymi partnerami i organami wdrażającymi. • Opisano odpowiednie procedury wyboru organów wdrażających / jednostek oceniających (uwzględniono zasadę najlepszego stosunku wartości do ceny oraz brak konfliktu interesów).
(h) Mechanizmy kontroli jakości i zarządzanie ryzykiem	<ul style="list-style-type: none"> • Określono odpowiednie procedury nadzoru nad pracami organów wdrażających oraz innych podwykonawców. Przewidziano rozwiązania zapewniające możliwość monitorowania jakości rezultatów oraz przestrzegania harmonogramu i budżetu. • Określono i odpowiednio sklasyfikowano najważniejsze zagrożenia, które mogą utrudnić realizację projektu, i opisano planowane działania zapobiegawcze.
3. WPŁYW	Maksymalna liczba punktów: 25 Próg: 15
(a) Wpływ projektu na szczeblu UE	<ul style="list-style-type: none"> • Skala programu jest znacząca, a jego realizacja może przyczynić się do zwiększenia popytu lub udziału w rynku. • Zakres programu jest znaczący (np. liczba lub względny udział docelowych konsumentów/importerów/nabywców itp.). • Wpływ programu został określony ilościowo na szczeblu organizacji inicjującej(-ych) lub państwa członkowskiego, w którym organizacja(-e) ma(-ją) siedzibę. • Program może przynieść korzyści innym unijnym producentom z tego samego lub innego(-ych) sektora(-ów) produktów. • Odpowiednio uwzględniono pojęcie zrównoważonego charakteru, jeżeli chodzi o kwestie ekonomiczne, społeczne i środowiskowe. Opisano – w stosownych przypadkach – wartość dodaną, jeżeli chodzi o kwestie związane z zatrudnieniem. Program ma wpływ w ujęciu zrównoważonego charakteru.
(b) Uzasadnienie ogólnego poziomu inwestycji	<ul style="list-style-type: none"> • Zaproponowany poziom inwestycji jest uzasadniony, biorąc pod uwagę oczekiwany zwrot z inwestycji (w przypadku programów promocyjnych) lub wzrost świadomości (w przypadku programów informacyjnych).
SUMA	Maksymalna liczba punktów: 100 Próg: 60

Załącznik II: Informacje na temat reprezentatywności

Zgodnie z art. 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 (zwanego dalej „RP”) i art. 1 rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2015/1829 (zwanego dalej „RD”) organizacja inicjująca musi być reprezentatywna dla promowanego produktu lub sektora. W poniższej tabeli przedstawiono ogólne informacje na temat sposobu, w jaki można wykazać reprezentatywność. Artykuły wspomniane w tabeli pochodzą z [RD](#) oraz [RP](#).

Rodzaj organizacji	Kryteria reprezentatywności
Organizacja branżowa albo międzybranżowa, z siedzibą w państwie członkowskim lub na poziomie Unii	50% w stosunku do liczby producentów lub 50% wielkości lub wartości produkcji zbywalnej produktu(-ów) lub danego sektora (art. 1 ust. 1 lit. a) ppkt (i) RD)
	Organizacja międzybranżowa uznana przez państwo członkowskie (art. 1 ust. 1 lit. a) ppkt (ii) RD)
	Grupy działające w ramach europejskich systemów jakości: 50% wielkości lub wartości produkcji zbywalnej produktów o zarejestrowanej nazwie (art. 1 ust. 1 lit. b) RD)
Organizacja producentów lub zrzeszenie organizacji producentów	Uznane przez państwo członkowskie zgodnie z art. 154 lub 156 rozporządzenia nr 1308/2013 (art. 1 ust. 1 lit. c) RD)
Organ sektora rolno-spożywczego	– którego celem i przedmiotem działalności jest promocja produktów rolnych i informowanie na ich temat; – któremu państwo członkowskie powierzyło świadczenie wyraźnie określonych usług użyteczności publicznej w tej dziedzinie; – który ma siedzibę prawną w danym państwie członkowskim od co najmniej dwóch lat przed datą publikacji zaproszenia do składania wniosków; – którego członkami są przedstawiciele promowanego produktu lub sektora. (art. 7 ust. 1 lit. d) RP i art. 1 ust. 1 lit. d) RD)

Należy opisać, w jaki sposób organizacja spełnia kryteria dotyczące reprezentatywności w danym państwie członkowskim lub na poziomie Unii. W związku z tym należy opisać:

- rodzaj i status organizacji, np. konsorcjum X i Y, uznanie przez państwo członkowskie, reprezentatywność sektora itp.,
- dane dotyczące produkcji zbywalnej, wywozu, obrotu, sprzedaży, liczby producentów itp.

Należy podać źródła informacji podanych w uzasadnieniu. W uzasadnieniu należy odnieść się do wszystkich kryteriów mających zastosowanie w danym przypadku.

W przypadku odniesienia się do uznania przez państwo członkowskie proszę załączyć dokument(y) potwierdzający(-e), np. kopię uznania lub łącze do publicznie dostępnego wykazu uznanych organizacji.

Jeżeli organizacja nie spełnia powyższych kryteriów reprezentatywności, należy uzasadnić, dlaczego Państwa zdaniem można ją uznać za reprezentatywną. Można przyjąć progi niższe niż podano wyżej, jeśli organizacja inicjująca wykaże, że istnieją szczególne okoliczności, w tym dowody dotyczące struktury rynku, które uzasadniałyby uznanie organizacji inicjującej za reprezentatywną dla danych produktów lub sektora (odstępstwo od zasady 50%, o której mowa w art. 1 ust. 2 RD).

Jeżeli wniosek składa więcej niż jedna organizacja inicjująca, wszystkie opisy należy podać w jednym dokumencie. Tekst uzasadnienia nie powinien liczyć więcej niż 2000 znaków na organizację inicjującą.

Załącznik III: Wskazówki metodologiczne dotyczące obliczania korzyści ex post

Poniższe wskazówki należy uwzględnić w ocenie wyników programu promocyjnego. Jednak ocena wyników po zakończeniu programu powinna być spójna z celami przyjętymi na początku programu. Opracowując wniosek dotyczący programu, należy zatem uwzględnić poniższe wskazówki przy określaniu celów programu. Korzyści można wyrazić w perspektywie okresu trwania programu. W stosownych przypadkach i w razie konieczności można je również przedstawić w odniesieniu do okresu wykraczającego poza okres trwania programu.

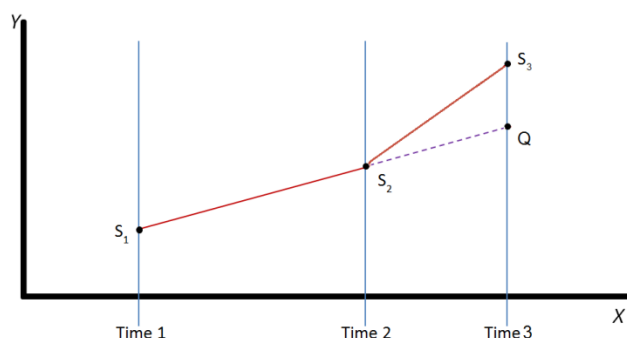
Skutki gospodarcze

Programy promocyjne zakładają uzyskanie korzyści ekonomicznych. Jednak działania promocyjne są prowadzone w złożonym środowisku, więc trudno jest określić ich rzeczywiste skutki gospodarcze. Zwykle porównanie parametrów gospodarczych przed kampanią i po jej zakończeniu nie uwzględnia zmiennych zewnętrznych. Aby oddzielić rzeczywisty wpływ kampanii promocyjnej od innych zmiennych (takich jak tendencje albo kryzysy na rynku), przy obliczaniu korzyści należy stosować wartość odniesienia. Wartość odniesienia określa sytuację, jaka miałaby miejsce w przypadku braku programu promocyjnego. Natomiast skutki oblicza się, porównując scenariusz odniesienia z odnotowanymi danymi. Wynik tej oceny należy przedstawić w euro.

Taką wartość odniesienia można ustalić w różny sposób. Poniżej opisano dwie proste i intuicyjne metody. Można zastosować również inne metody, ale należy odpowiednio uzasadnić wykorzystanie konkretnej metodologii do ustalenia scenariusza odniesienia.

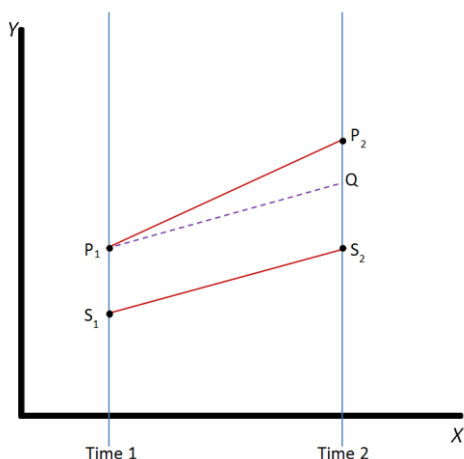
1) Wcześniejsza tendencja rynkowa

Jeżeli dany produkt od dłuższego czasu podlega trwałej tendencji rynkowej, można założyć, że w przyszłości taka tendencja się utrzyma, i przyjąć ją za wartość odniesienia. Wartość odniesienia Q można tu określić, ekstrapolując tendencję rynkową w okresie między czasem 1 (S_1) a czasem 2 (S_2) na okres do czasu 3 (Q). Następnie sytuację odnotowaną w czasie 3 (S_3) koryguje się o tendencję przez odjęcie Q od S_3 w celu ustalenia wpływu programu. Jak już wspomniano, podstawowym warunkiem, który umożliwia zastosowanie tej metody, jest trwała tendencja rynkowa. Nie jest to właściwa metoda w przypadku bardzo niestabilnych rynków.



2) Metoda podwójnej różnicy

Wiele produktów nie wykazuje trwałych tendencji rynkowych. Aby określić wartość odniesienia w takich przypadkach, można wykorzystać produkt porównywalny. Poniższa ilustracja przedstawia wartość odniesienia zastosowaną w metodzie podwójnej różnicy. Produkt porównywalny (należy uzasadnić, dlaczego produkt jest porównywalny) wykazuje określoną tendencję rynkową (S_1 do S_2). Wartość odniesienia (Q) można określić, nakładając tę tendencję rynkową na sytuację promowanego produktu (P_1) przed kampanią. Porównując sytuację produktu po kampanii (P_2) z wartością odniesienia, można określić skutki kampanii, a jednocześnie uwzględnić tendencje rynkowe.



Warto zauważyć, że dwie opisane tu metody uzupełniają się. Jeżeli dany produkt w przeszłości podlegał podobnej tendencji jak produkt promowany/badany, można stwierdzić, że określenie wartości odniesienia za pomocą metody podwójnej różnicy zapewnia porównywalność i jest właściwe.

Korzyści z programu oznaczają wzrost sprzedaży (w EUR) w czasie trwania programu. Jako że ocenę przeprowadza się po zakończeniu programu, nie można uwzględnić skutków długoterminowych.

Zaleca się również uwzględnienie zwrotu z inwestycji dla danego programu. Zwrot ten oblicza się jako stosunek wzrostu sprzedaży/wywozu promowanych produktów w okresie trwania programu (korzyści) do inwestycji (równej łącznym kosztom programu).

Wpływ na poziom wiedzy

Ostatecznym celem programów informacyjnych jest poszerzenie wiedzy odbiorców. Aby określić, ile osób uzyskało nowe informacje, można przeprowadzić ankietę w następującej formie.

Jako że kampania informacyjna przeważnie obejmuje wiele zagadnień i przesłań, stopnia przyswojenia wiedzy nie można mierzyć przy pomocy jednego pytania. Właściwym rozwiązaniem jest opracowanie serii pytań. Jeżeli dana osoba prawidłowo odpowie na określoną część tych pytań, można uznać, że posiada znaczną wiedzę na temat przesłania kampanii/zagadnień objętych kampanią. Poniższa tabela przedstawia przykładowy test, w którym osiągnięcie progu 2/3 wskazuje na znaczną wiedzę respondenta:

Osoba X	Prawidłowa odpowiedź	Podana odpowiedź	Osoba Y	Prawidłowa odpowiedź	Podana odpowiedź
Pytanie 1	Tak	Tak	Pytanie 1	Tak	Tak
Pytanie 2	Tak	Tak	Pytanie 2	Tak	Nie
Pytanie 3	Nie	Tak	Pytanie 3	Nie	Nie
Wynik	2/3 = WYNIK POZYTYWNY		Wynik	1/3 = WYNIK NEGATYWNY	

Osoba X zdała test, natomiast osoba Y go nie zdała. Wpływ na poziom wiedzy to bezwzględny wzrost liczby osób, które zdały test po kampanii w porównaniu z sytuacją przed kampanią. Pytania należy sformułować w sposób, który umożliwi proste obliczanie wyników. Ponadto pytania powinny być reprezentatywne w odniesieniu do zagadnień i przesłań objętych programem. Próba powinna być reprezentatywna dla grupy docelowej (lub grup docelowych). Porównanie ankiet przeprowadzonych przed kampanią i po niej pozwoli określić bezwzględną liczbę osób, które poszerzyły swoją wiedzę.

Można zastosować również inne metody ankietowania. Powinny być one jednak odpowiednio uzasadnione i umożliwiać osiągnięcie tego samego celu.