
	Příloha Pátevního manuálu OPPI			
	17_18_M_Pravidla ZV_Marketing	Číslo vydání/aktualizace: 5/0	Platnost od: 1.9.2008	

## Pravidla způsobilosti výdajů – zvláštní část pro program Marketing

Zkratky

MSP – malý a střední podnik

VP – velký podnik

SVV – specializované veletrhy a výstavy



MT - Marketing

### 1. Způsobilé výdaje pro program

Druh způsobilých výdajů	LIMITY	Může čerpat		Výskyt ve výzvách 2007	Limity pro výši podpory 2007
		MSP	VP		
služby poradců, expertů, studie		X	-	X	Max. 100 tis. Kč
tvorba webových stránek		X	-	X	Max. 200 tis. Kč
povinná publicita		X	X	X	-
marketing a propagace		X	-	X	Max. 400 tis. Kč
účast na veletrzích a výstavách		X	X	X	Max. 300 tis. Kč na jednu účast na výstavě nebo veletrhu

### 2. Způsobilé výdaje dle typových projektů



Druh způsobilých výdajů			Výzva			
			2007			
			MSP		VP	
			MT	SVV	MT	SVV
PROVOZNÍ	Služby	služby poradců, expertů, studie	X	-	-	-
		tvorba webových stránek	X	-	-	-
		povinná publicita	X	X	-	X

	Příloha Páteřního manuálu OPPI			
	17_18_M_Pravidla ZV_Marketing	Číslo vydání/aktualizace: 5/0	Platnost od: 1.9.2008	



	marketing a propagace – pro účely veletrhu a výstavy – 1. účast	X	-	-	-
	marketing a propagace – pro účely veletrhu a výstavy – 2. a další účast v pořadí	X	-	-	-
	marketing a propagace – pro jiné účely	X	-	-	-
	účast na veletrzích a výstavách – 1. účast	X	X	-	X
	účast na veletrzích a výstavách – 2. a další účast	X	X	-	X

### 3. Zvláštní ustanovení pro způsobilé výdaje v programu MARKETING

	<p>Pouze pro MSP. Pouze externí výdaje na zpracování marketingových informací v oblasti mezinárodního obchodu a zahraničních trhů (základní údaje o ekonomice; konjunkturální situace; produkce, vývoz, dovoz, spotřeba a vývoj sektoru; charakteristika distribuční sítě; hlavní dovozci a výrobci, sektorové asociace; konkurence na trhu; cenová úroveň; segmentace trhu; charakteristika poptávky, podmínky pro dovoz českých výrobků; celní sazby; přístup na trh; nabídky možných partnerů; perspektiva vývozu apod.).</p> <p>Marketingová informace - Jedná se o informaci o stavu nebo vývoji určeného trhu nebo odvětví v určeném teritoriu, které jsou prakticky využitelné pro příjemce dotace, tzn. odpovídají odvětvovému a teritoriálnímu současnému nebo budoucímu zájmu příjemce dotace na tržní uplatnění jeho výrobků nebo služeb. Příjemce dotace je povinen uchovat získanou informaci do uplynutí 3 let od data ukončení realizace celého projektu.</p>
Služby poradců, expertů, studie, analýzy, marketingové informace	Do ZV lze zahrnout služby externích poradců související se zpracováním průzkumu (studie) k vyhledávání potenciálních partnerů, včetně jejich prvotního oslovení zprostředkovatelskou firmou a analýza daného segmentu.

	Příloha Páteřního manuálu OPPI			
	17_18_M_Pravidla ZV_Marketing	Číslo vydání/aktualizace: 5/0	Platnost od: 1.9.2008	

Marketing a propagace, propagační materiály	Způsobilým výdajem je pořizovací cena propagačního předmětu nebo nezbytné výdaje na poskytnutí služby související se zveřejněním informace. Způsobilým výdajem není pořizovací cena předmětů, které podléhají spotřební dani dle zákona č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních. Propagačním materiálem je věc (propagační předmět) nebo informace, která je dostupná potenciálním odběratelům a slouží k propagaci příjemce dotace a jeho produktů a služeb. V případě zveřejňování informací, nesmí příjemci dotace vznikat žádný přímý peněžní příjem za poskytování přístupu k této informaci. Informace musí být zveřejněna v jiném než českém jazyce. V případě propagačních předmětů musí být tyto předměty poskytovány bezplatně. Příjemce dotace je povinen zajistit, že každý propagační materiál bude využit k propagaci výlučně produktů a služeb příjemce dotace a označen logem a sloganem EU dle Pravidel pro publicitu a nezaměnitelnou identifikací příjemce dotace (např. logo, obchodní název).
Tvorba webových stránek	Pouze pro MSP. Webovou stránkou je URL adresa veřejně přístupná na internetu včetně doprovodných funkcí (animace, odkazy, mailing, vyhledávací služby apod.), která obsahuje informace sloužící k propagaci produktů a služeb poskytovaných výlučně příjemcem dotace, kde z poskytování přístupu k této stránce neplyne příjemci dotace žádný přímý peněžní příjem a je dostupná široké veřejnosti. Příjemce dotace je povinen zajistit, že webová stránka bude označena logem a sloganem EU dle Pravidel pro publicitu a nezaměnitelnou identifikací příjemce dotace (např. logo, obchodní název). Způsobilým výdajem nejsou výdaje na webové stránky využívané více subjekty. Způsobilé jsou pouze výdaje na služby spojené s vytvořením a zprovozněním webové stránky v jiném než českém jazyce. Způsobilým výdajem je dále pořizovací cena softwaru, pouze pokud je tento software součástí webové stránky a není využitelný samostatně k jiným účelům. Příjemce dotace je povinen zajistit, že webová stránka zůstane přístupná veřejnosti do uplynutí 3 let od data ukončení realizace celého projektu.

	Příloha Páteřního manuálu OPPI			
	17_18_M_Pravidla ZV_Marketing	Číslo vydání/aktualizace: 5/0	Platnost od: 1.9.2008	

Účast na veletrzích a výstavách	<p>Veletrh/výstava je setkáním většího počtu firem z jednoho odvětví na jednom místě v jednom čase mimo území České republiky, které slouží především k seznámení potenciálních odběratelů s nabízenými produkty a službami daného odvětví. Pro účely účasti na veletrhu a výstavě jsou způsobilým výdajem pouze výdaje na služby využitelné pouze příjemcem dotace po dobu výstavy nebo veletrhu, které jsou nezbytné k propagaci produktů a služeb příjemce dotace a přispívají přímo k celkovému pozitivnímu dojmu v rámci veletrhu nebo výstavy, a to pouze po dobu, kdy je výstava/veletrh přístupná potenciálním odběratelům. Způsobilým výdajem je pronájem plochy a zařízení výstavního místa včetně jeho provozu (poplatky za dočasné připojení k sítím apod.) po dobu konání výstavy nebo veletrhu včetně výdajů na služby související s uvedením výstavního místa do původního stavu. Způsobilým výdajem není nákup stánku nebo jeho příslušenství. Výstavní místo musí být využito výlučně k propagaci příjemce dotace a jeho produktů a služeb a označeno logem a sloganem EU dle Pravidel pro publicitu a nezaměnitelnou identifikací příjemce dotace (např. logo, obchodní název). Příjemce dotace je povinen uchovat získané kontaktní údaje na obchodní partnery získané při účasti na veletrhu/výstavě do doby uplynutí tří let od data plánovaného ukončení projektu.</p> <p>Tato podpora se vztahuje pouze na 1. účast na určitém veletrhu nebo výstavě, při dalších účastech na výstavách a veletrzích lze poskytnout podporu podle pravidla de minimis.</p>
pojištění	Povinné pojištění dle předpisů příslušného státu nezbytné pro účast na specializovaných veletrzích výstavách za účasti CzechTrade.