

Způsobilé výdaje pro individuální projekty a projekty seskupení MSP podporující vstup na zahraniční trhy

Marketing OPPI – 1. výzva

Praha, srpen 2008

1. Způsobilé výdaje musí splňovat následující podmínky:

- musí být vynaložena v souladu s cíli programu a musí bezprostředně souviset s realizací projektu,
- musí být vynaloženy nejdříve v den přijatelnosti projektu,
- musí být před proplacením za strukturálních fondů prokazatelně zaplacený příjemcem dotace není-li stanoveno jinak,
- musí být doloženy průkaznými doklady uhrazených dodavatelům,
- musí splňovat pravidla publicity

2. Způsobilými výdaji nejsou:

- DPH, pokud je příjemce podpory plátcem DPH
- náklady uhrazené před datem přijatelnosti projektu
- splátky půjček a úvěrů
- sankce a penále
- náklady na záruky, pojištění, úroky, bankovní poplatky, kursové ztráty, celní a správní poplatky

a) Marketingové informace – v oblasti mezinárodního obchodu a zahraničních trhů.

Podpora je poskytována podle Nařízení Komise ES č. 70/2001

Způsobilými výdaji jsou:

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.

Výdaje poradenské služby poskytnuté externími poradci související se zpracováním marketingových informací k vyhledávání potenciálních partnerů, tj. marketingové průzkumy, pořízení adresářů obchodních kontaktů, podmínek tendrů, statistik, odborných článků a dalších informačních materiálů potřebných pro kvalitní rozhodování o vstupu na zahraniční trh, studie vstupu na zahraniční trhy, průzkumy trhů, zbožových a obchodních příležitostí pro podniky ČR.

Přípustné jsou marketingové informace v českém jazyce.

Marketingové informace musí se týkat konkrétního zahraničního trhu, výrobků a služeb žadatele v souladu s předloženým projektem.

Pořízení adresářů obchodních kontaktů, podmínek tendrů, statistik, odborných článků a dalších informačních materiálů potřebných pro kvalitní rozhodování o vstupu na zahraniční trh.

Nezpůsobilé výdaje jsou např.:

- konzultační činnost pro přípravu na jednání se zahraničním partnerem
- školení v business protokolu
- služby a produkty agentury CzechTrade
- náklady na překlad marketingových informací

b) Marketingové propagační materiály, propagace prostřednictvím internetu. Podpora je poskytována podle Nařízení Komise (ES) č. 1998/2006 o použití článků 87 a 88 Smlouvy o založení ES na podporu de minimis (dále jen de minimis):

b1) tvorba propagačních materiálů (např. letáky, brožurky, inzeráty, pozvánky v cizích jazycích)

Způsobilými výdaji jsou:

Výdaje na tvorbu cizojazyčných propagačních materiálů obsahují název příjemce dotace včetně jeho adresy (uvedení adresy se nevztahuje k drobným propagačním předmětům, jako jsou např. tužky),

- překlady propagačních materiálů do cizích jazyků
- tisk propagačních materiálů
- propagační články a inzeráty v zahraničních časopisech a novinách
- zhotovení datového nosiče s prezentací firmy (např. CD, DVD), včetně jeho obalu
- náklady na billboard v zahraničí (grafický návrh, tisk, pronájem plochy)
- náklady na propagaci v televizi a rozhlase, včetně nákladů na výrobu reklamního spotu a nákladů za vysílací časy (propagace může být uznatelným

nákladem pouze v případě, pokud jsou dodržena pravidla publicity, je fyzicky doložena na datovém nosiči a je přiložen plán vysílacích časů potvrzující odvysílání)

- propagační předměty nepodléhající spotřební dani (víno není uznatelný náklad)

Nezpůsobilé výdaje jsou např.:

- tvorba propagačních materiálů v českém jazyce.
- obchodní dopisy, průvodní dopisy, compliments cards
- náklady na tvorbu nové firemní identity (např. pokud firma mění logo, firemní barvy)
- osobní prezentace u zákazníků
- vlastní prezentace výrobků v pronajatých prostorách
- technické semináře
- obchodní schůzky a náklady s nimi spojené

Propagační materiály, které se neváží přímo k projektu vstupu na zahraniční trhy a materiály periodické povahy, které vyplývají z každodenní činnosti firmy (výroční zprávy, obaly na zboží, návody, ceníky, vizitky, firemní obálky a papíry, kalendáře).

b2) tvorba internetových stránek včetně výtvarného návrhu prezentace podniku nebo výrobku, včetně SW pro funkčnost stránek

Propagace prostřednictvím internetu: musí se jednat o zcela novou jazykovou verzi, nikoli pouze rekonstruované internetové stránky a musí se jednat o stránky v cizím jazyce.

Způsobilými výdaji jsou:

- překlady textů na webové stránky
- zpracování grafického návrhu nových webových stránek
- tvorba webových stránek a jejich testování
- tvorba e-shopu a jeho testování (uznatelným nákladem může být pouze cizojazyčná verze e-shopu a to v rámci de minimis)

Nezpůsobilé výdaje jsou např.:

- audit webových stránek

- placené odkazy
- rekonstrukce stávajících webových stránek
- aktualizace stránek

c) Účast na výstavách a veletrzích v zahraničí:

podpora se vztahuje pouze na 1. účast MSP na určitém veletrhu nebo výstavě, při dalších účastech na výstavách a veletrzích lze poskytnout podporu podle pravidla de minimis.

pronájem, zřízení a provoz stánku.

První účastí podnikatele na určitém veletrhu nebo výstavě se rozumí taková účast, kdy subjekt, který žádá o podporu na účast na veletrhu nebo výstavě, se konkrétního veletrhu ani výstavy v minulosti nezúčastnil s podporou z veřejných zdrojů. Při posuzování této skutečnosti je rozhodné, zda si žadatel náklady na účast hradil sám nebo byly hrazeny z jiných zdrojů (např. státní podpora). Pokud se tedy jedná o opakovanou účast na určitém veletrhu nebo výstavě, kdy náklady na předchozí účast/i hradil podnikatel sám, jedná se v tomto případě o 1. účast.

Způsobilými výdaji jsou:

- grafický návrh stánku, výkresová dokumentace stánku
- pronájem výstavní plochy
- pronájem stánku a nezbytně nutného zařízení k jeho chodu jako jsou např. stolky, židle, promítací plátno, počítač, kuchyňské vybavení, osvětlení
- služby spojené s provozem stánku: připojení k internetu, elektroinstalace, osvětlení
- montáž, demontáž a úklid stánku
- povinné poplatky spojené s účastí na příslušné výstavě nebo veletrhu stanovené jejich organizátorem

Nezpůsobilé výdaje jsou např.:

- účast na mezinárodních výstavách a veletrzích probíhajících v ČR.
- nákup a výrobu stánku, i nezbytně nutného zařízení k chodu stánku
- dekoraci a výzdobu stánku (např. květiny)
- vzorky propagovaných výrobků, prototypy a modely

- pořízení kancelářských potřeb používaných při provozu stánku
- callingová akce v rámci pozvání obchodních partnerů na výstavu či veletrh
- pojištění majetku a osob při účasti na výstavě či veletrhu
- nákup technického vybavení pro výstavu či veletrh (např. notebook, stojany na propagační materiál)
- náklady na přepravu osob, stánku a jeho vybavení včetně parkovného
- náklady spojené s ubytováním a cestovným (jízdenky, letenky a vízové poplatky)
- osobní náklady (hostesky)
- pohoštění, občerstvení
- road show
- služby tlumočnicka
- cizojazyčný film o historii a vývoji společnosti, který je určen k prezentaci společnosti na zahraničních výstavách a veletrzích
- uskladnění obalů
- vstupenky pro firemní partnery a hosty
- odměny členům statutárních orgánů,
- ostatní sociální výdaje na zaměstnance, které nejsou zaměstnavatelé povinni hradit (jedná se zejména o příspěvky na penzijní připojištění a životní pojištění),
- DPH (viz obecná část Metodiky k uznatelným nákladům OPPI, bod D)
- DPH není uznatelným výdajem v případě, že existuje nárok na odpočet daně na vstupu. DPH je uznatelný výdaj v případě, že není možné uplatnit nárok na odpočet daně na vstupu.
- daně z příjmů, daň darovací, daň dědická, daň z převodu nemovitostí, daň silniční, správní, celní, soudní a místní poplatky,
- dary,
- pokuty a penále, případně další sankční výdaje,
- odpis pohledávek,
- manka a škody,
- tvorba rezerv a opravných položek,
- zúčtování oprávek k opravné položce k nabytému majetku,

- úroky, splátky půjček a úvěrů, pojištění, bankovní poplatky, kursové ztráty, náklady na záruky
- finanční výdaje - pokud nejsou předmětem podpory,
- výdaje odpovídající svým vymezením účetní kategorii mimořádných nákladů,
- splátky leasingu,
- výdaje související s jiným obdobím,
- dodávky zboží a služeb s termínem zdanitelného plnění před datem registrace žádosti o udělení dotace CzechInvestem,
- náklady uhrazené před datem podání žádosti o podporu,
- náklady na daňové, finanční a právní poradenství,
- provozní náklady příjemce vč. nákladů na administraci, údržbu, půjčovné, nájem, telefonní poplatky,
- uznatelné náklady vzniklé aktivací (vnitropodnikové faktury)
- tvorba propagačních materiálů v českém jazyce, výroční zprávy, obaly na zboží, návody, ceníky, vizitky, firemní obálky, náklady na cestovné, ubytování, stravné, osobní náklady,
- služby a produkty zprostředkující agentury.

d) Náklady na publicitu spojené s realizací projektu financovaného z fondu ES

Řídícím orgánem nebylo dosud stanoveno v jakém režimu podpory bude tento náklad realizován.

3. Nejčastěji kladené dotazy na způsobilost výdajů a odpovědi:

MKT informace	
Je propagace žadatele v exportním katalogu, který je cíleně rozeslán potenciálním partnerům, od kterých jsou následně přebírány kontakty a zasílány žadateli způsobilým výdajem? Spadá rozpočtově pod marketingové informace nebo pod propagaci?	ANO Pouze jako propagační materiál v rámci cizojazyčného katalogu v souladu se schváleným projektem a za předpokladu, že jsou dodržena pravidla pro publicitu.
Marketingové informace jsou přípustné pouze v českém jazyce, náklady na překlad jsou nezpůsobilý výdaj (z čeho vyplývá?)	ANO Analýzy a studie budou v OPPI přípustné i v cizích jazycích. Náklady na překlady nejsou ZV.
propagační materiály	
Jedná se o ZV, pokud příjemce dotace propaguje určitou svou prémiovou značku a na drobném prop. předmětu je pouze logo této značky, nikoliv logo výrobce?	NE Propagační materiály musí být v souladu se schváleným projektem a musí být dodržena pravidla pro publicitu, jinak není možné zjistit, zda propagační materiály nevyužívají kromě žadatele také distributoři
Pokud jsou v katalogu ceny (nejedná se o ceník, ale katalog výrobků - fotky, popisky + cena), je katalog ZV? Nebo pokud má katalog např. 100 stránek a na posledních 2 jsou ceny, je ZV?	ANO Pokud se jedná o propagační katalog propagující výrobky a služby v souladu se schváleným projektem, jehož nedílnou součástí je i ceník. Samostatný ceník není způsobilý výdaj.
Pokud je příjemcem dotace obchodní společnost a propaguje výrobek jiné firmy, který prodává, aniž by přitom propagovala svou obchodní značku, jedná se o ZV?	ANO Pouze za předpokladu, že ze strany příjemce podpory jsou dodržena pravidla pro publicitu. Důležité je, aby bylo prokazatelné o jaký výrobek se jedná a že je možné ho koupit u žadatele

<p>Je reklama na internetu - banner ZV, pokud jsou splněna pravidla povinné publicity?</p>	<p>ANO Pokud je propagace v souladu se schváleným projektem a jsou dodržena pravidla pro publicitu.</p>
<p>Je ZV reklama, zápis v on-line databázi firem, např. databáze Kompass? Pokud je prezentace o firmě cizojazyčně a jsou splněná pravidla povinné publicity, jedná se o ZV?</p>	<p>ANO Pokud je propagace v souladu se schváleným projektem a jsou dodržena pravidla pro publicitu. Samostatný zápis bez dodržení pravidel publicity není ZV</p>
<p>Je uvedení firmy v exportním adresáři ZV?</p>	<p>ANO Je nutné, aby byla dodržena pravidla publicity. Je potřebné popsat exportní adresář, způsob uvažované propagace, kdo adresář vlastní a komu je určen, v jakém oboru firma podniká, jaký typ výrobků nabízí. Nemělo by se jednat pouze o abecední seznam bez bližších informací.</p>
<p>Je ZV zhotovení datového nosiče s prezentací firmy, pokud není specifikováno, jestli jako celek, nebo lze chápat jako prezentaci několika souborů v powerpointu na CD.</p>	<p>ANO Pokud je propagační materiál v souladu se schváleným projektem a splňuje pravidla pro publicitu (propaguje výrobky a služby příslušné firmy).</p>
<p>Stačí u datových nosičů publicita na obalu, nebo musí být i v rámci samotné prezentace publicita musí být na obalu i v rámci samotné prezentace?</p>	<p>Publicita musí být uvedena jak na obalu datových nosičů tak i na datovém nosiči (propagačním materiálu).</p>
<p>Velké plakáty nakoupené za účelem prezentace firmy z trvanlivého materiálu (textilie)</p>	<p>ANO Pokud se jedná o propagaci výrobků a služeb příslušné firmy.</p>

<p>Autorské fotografie pro tvorbu letáků – pouze pokud jsou součástí propagačních materiálů, kde je dodržena publicita.</p>	<p>ANO Pokud se jedná o propagaci výrobků a služeb příslušné firmy.</p>
<p>Jsou uznatelné náklady jako fotopráce a honorář modelky, pokud firma vyrábí např. spodní prádlo a potřebuje na výrobu katalogů fotky modelek?</p>	<p>ANO Pouze pokud se jedná o fotografie propagující výrobky v souladu se schváleným projektem, které jsou součástí propagačních materiálů s výjimkou osobních nákladů. Tato položka je však na hraně, jedná se o jakýsi „nadstandard. Uznatelné se jeví pouze fotografické práce a foto materiál. Pronájem prostor, fin. odměna modelky, její ubytování, produkční práce je již nad rámec nezbytných nákladů.</p>
<p>Musí propagační materiály/inzeráty výslovně obsahovat název firmy+kontakt žadatele, nebo mohou propagovat produkt/značku?</p>	<p>ANO Musí být dodržena pravidla pro publicitu, propagovány musí být konkrétní výrobky a služby v souladu se schváleným projektem a uveden kontakt přímo na žadatele.</p>
<p>web</p>	
<p>Je ZV, pokud již dříve existovaly jazykové verze Aj a Nj a dojde ke tvorbě zcela nových stránek (tvořeny v jiném systému, zcela odlišné graficky i obsahově, nejednalo by se o rekonstrukci ale o zcela nové stránky) ale jazykových verzí, které již existovaly? Případně - co když to žadatel obejde registrací nové domény?</p>	<p>ANO ZV je pouze tvorba nové jazykové mutace. Příjemce podpory však musí v souladu s výzvou prokázat, že se jedná o tvorbu cizojazyčných internetových stránek a není to pouhá rekonstrukce.</p>

Je ZV registrace domény a , udržovací poplatky?	NE
Je ZV SEO pokud je součástí tvorby nových www?	ANO Pouze v rámci tvorby nové internetové stránky. <i>Pokud by však šlo pouze o optimalizaci stávajících stránek, tento výdaj není způsobilý.</i>
Je ZV analýza klíčových slov a klíčových slov konkurence?	ANO Pouze v rámci tvorby internetové stránky.
Je ZV kontextová reklama?	NE
Je ZV indexace v cizojazyčných vyhledávačích?	NE
Je ZV registrace ve specializovaných a tematických katalozích?	ANO Pouze pokud se bude jednat o propagaci výrobků a služeb v souladu se schváleným projektem a budou splněna pravidla pro publicitu.
stánek	
Dle pravidel způsobilosti výdajů je ZV pouze pronájem, zřízení, provoz. Jsou ZV i límce, přední desky stánku, bannery na stánek, pokud příjemce doloží čestné prohlášení, že vše bylo použito pouze pro daný veletrh. Musí samostatně splňovat publicitu, nebo stačí splnění publicity jinde na stánku (stačí vlajka, nebo někde musí být i text)?	ANO Pouze v případech, kdy se bude jednat o propagační materiály propagující výrobky a služby v souladu se schváleným projektem a splňující pravidla pro publicitu a pokud nepůjde o součást konstrukce stánku a nebudou využívány opakovaně. Toto je nutné doložit čestným prohlášením
Je ZV výzdoba stánku - fotografie výrobků, cedule s výrobky? Je nutné doložit čestné prohlášení o využití pouze na výstavě? Musí samostatně	ANO Pouze v případech, kdy se bude jednat o propagační materiály propagující výrobky a služby v souladu se schváleným

splňovat publicitu? Spadají rozpočtové pod prop. materiály nebo pod stánek?	projektem a splňující pravidla pro publicitu.
Návštěvnícké karty?	NE
Jsou ZV vzorky propagovaných výrobků?	ANO Pouze v případech kdy se bude jednat o propagační materiály propagující výrobky a služby v souladu se schváleným projektem a splňující pravidla pro publicitu.
Cizojazyčný film o historii a vývoji společnosti	ANO Pokud se jedná o propagační materiál výrobků nebo služeb v souladu se schváleným projektem a je určen k distribuci potenciálním zákazníkům. Pokud nebudou propagovány produkty, ale pouze historie žadatele není ZV.
Je ZV potisk stánku materiály o firmě na výstavě?	ANO Pouze v případech kdy se bude jednat o propagační materiály propagující výrobky a služby v souladu se schváleným projektem a splňující pravidla pro publicitu.
Je ZV účast na zjevně mezinárodním veletrhu který se obvykle koná každý rok v jiné zemi, ale tentokrát je konán v ČR?	NE Pravidla jasně stanoví, že se má jednat o zahraniční veletrh, nemůžeme veletrhy konané v ČR zkoumat, zda jsou dostatečně mezinárodní. V tomto případě bych nepovolovala žádné výjimky.
Jsou ZV tlumočnické služby na zahraničních veletrzích (třeba čínština?)?	NE Každá firma, která se chce prezentovat v zahraničí, by měla mít personálně zajištěné kapacity, které budou schopné se zahraničními partnery komunikovat .Překladačské služby jsou již

	nadstandard, který si žadatel může objednat, ale musí uhradit z vlastních prostředků.
Reklamní bannery k účelu prezentace firmy na výstavě	ANO Pouze v případech, kdy se bude jednat o propagační materiály propagující výrobky a služby v souladu se schváleným projektem a splňující pravidla pro publicitu a nebude se jednat o hmotný majetek. pokud nepůjde o součást konstrukce stánku a nebudou využívány opakovaně, nutné doložit čestným prohlášením