



PROGRAMSKI VODIČ

Promicanje poljoprivrednih proizvoda (AGRIP)



Verzija 4.0.
15. prosinca 2023.

Izjava o odricanju od odgovornosti

Ovim se dokumentom potencijalnim podnositeljima prijava žele dati smjernice za sufinanciranje mjera informiranja i promocije u vezi s poljoprivrednim proizvodima.

Općenite informacije o podnošenju prijedloga putem interneta dostupne su u internetskom priručniku: https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/docs/2021-2027/common/guidance/om_en.pdf

Stvarni internetski obrasci i predlošci dostupni u sustavu za podnošenje prijedloga putem interneta na portalu za financiranje i natječaje mogu se razlikovati od primjera iz ovog vodiča.

Svoje prijedloge ili komentare o poboljšanju ovog vodiča možete uputiti e-poštom službi za korisnike na adresu: REA-AGRI-GRANTS@ec.europa.eu

PREDGOVOR

Ovaj je vodič osmišljen kao pomoć u pripremi prijedloga za programe informiranja i promocije u vezi s poljoprivrednim proizvodima na unutarnjem tržištu i u trećim zemljama.

Više informacija dostupno je u sljedećim dokumentima:

- Odjeljak o promicanju poljoprivrednih proizvoda EU-a na mrežnom mjestu GU-a za poljoprivredu i ruralni razvoj:

https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/market-measures/promotion-eu-farm-products_en

Stranice o promicanju poljoprivrednih proizvoda na portalu Izvršne agencije: https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products_en

Načini za kontaktiranje sa službom za pomoć utvrđeni su u pozivima na podnošenje prijedloga.

Odgovori na pitanja koja se ne odnose na IT objavljivat će se u serijama na stranici:

Funding & tenders (europa.eu)

Službi za pomoć obratite se samo ako ste informacije prethodno potražili u dokumentaciji koja vam je dostavljena.

POVIJEST IZMJENA		
Verzija	Datum objave	Izmjene
<u>1.0.</u>	28.1.2021.	<ul style="list-style-type: none">▪ Početna verzija
<u>2.0.</u>	15.1.2022.	<ul style="list-style-type: none">▪ Nekoliko ažuriranja potkriterija za odabir ponude, kontaktnih podataka Izvršne agencije za istraživanje, financiranja i natječaja
3.0.	15.12.2022.	<ul style="list-style-type: none">▪ Revizija potkriterija za odabir ponude▪ Manje izmjene uputa u vezi sa sadržajem
4.0.	15.12.2023.	<ul style="list-style-type: none">▪ Manje izmjene sadržajnih uputa u odjeljku 2.3.▪ Ažuriranje podataka o strukturi obrasca za prijavu (novi dio C) u odjeljku 2.4.

SADRŽAJ

PREDGOVOR	2
POJMOVNIK	5
1. PREGLED PROGRAMA	6
1.1. GLAVNI DOKUMENTI.....	6
1.2. PRIPREMNI KORACI.....	7
1.2.1. Opće smjernice prije izrade prijedloga	7
1.2.2. Upotreba jezika	8
1.2.3. Uloga i odgovornost različitih subjekata	8
2. PRIPREMA PRIJEDLOGA.....	10
2.1. Obrazac za prijavu.....	10
2.2. Dio A – administrativni obrazac	11
2.3. Dio B – tehnički opis projekta	12
2.4. Dio C – probir	28
2.5. Prilozi uz prijavu	29
3. PROCJENA I ISHODI.....	31
3.1. Pregled postupka procjene	31
3.2. Ishod	31
PRILOG I	33
PRILOG II	36
PRILOG III	37

POJMOVNIK

Godišnji program rada jest dokument kojim se utvrđuju godišnji strateški prioriteti sustava promocije, a donosi ga Europska komisija u skladu s člankom 8. Uredbe (EU) 1144/2014 Europskog parlamenta i Vijeća od 22. listopada 2014. (temeljni akt).

(Su-)korisnik jest organizacija koja prima sredstva EU-a za sufinanciranje nakon uspješnog podnošenja prijedloga za neki od programa koje sufinancira EU i potpisivanja odgovarajućeg ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava. Tijekom postupka podnošenja prijave upućuje se na **podnositelja (podnositelje) prijave i/ili sudionike**. Pojam **organizacija predlagateljica** upotrebljava se i za podnositelje prijave i korisnike, ovisno o fazi postupka.

Za pojedinačni program/prijedlog upotrebljava se izraz **djelovanje**. Ono uključuje usklađeni skup **aktivnosti**.

Prijedloge za **jednostavne programe** može podnijeti jedna organizacija predlagateljica ili više njih iz iste države članice.

Prijedloge za **multiprograme** mogu podnijeti najmanje dvije organizacije predlagateljice iz najmanje dviju država članica ili jedna organizacija Unije ili nekoliko njih.

U slučaju multiprograma Izvršna agencija (djelujući u skladu s ovlastima koje joj je delegirala Europska komisija) i organizacije korisnice, odnosno korisnici sufinanciranja EU-a, potpisuju **ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava**.

U slučaju jednostavnih programa, nadležna nacionalna tijela i korisnik/korisnici potpisuju **ugovor** koji se isto tako naziva **ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava**.

Potpisivanjem ugovora korisnici prihvaćaju bespovratna sredstva te preuzimaju odgovornost za provedbu djelovanja u skladu s ugovorom te svim obvezama i uvjetima koji su u njemu utvrđeni.

Ako u djelovanju sudjeluje nekoliko korisnika / podnositelja prijave, oni moraju sklopiti **ugovor o konzorciju** kojim se dopunjuje ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava. Taj ugovor ne smije sadržavati odredbe suprotne ugovoru o dodjeli bespovratnih sredstava.

Provedbeno tijelo jest tijelo koje je zaduženo za provedbu aktivnosti u okviru programa i ima ulogu **podizvoditelja**.

Kako se navodi u ugovoru o dodjeli bespovratnih sredstava, pojam **prefinanciranje** odgovara **isplati predujma** kako je utvrđeno u zakonodavnim tekstovima.

Portal za financiranje i natječaje mrežno je mjesto na kojem su dostupne sve informacije o finansijskim sredstvima u okviru programa Obzor Europa i drugih programa Unije, među ostalim programa Promicanje poljoprivrednih proizvoda.

Izvršna agencija subjekt je kojem je Europska komisija povjerila upravljanje multiprogramima.

Europska izvršna agencija za istraživanje (REA) upravlja tehničkom i finansijskom provedbom programa Promicanje poljoprivrednih proizvoda.

Nadležno nacionalno tijelo odgovorna je služba koju je vlada države članice imenovala za upravljanje provedbom jednostavnih programa.

1. PREGLED PROGRAMA

Opći je cilj politike EU-a za program Promicanje poljoprivrednih proizvoda (AGRIP) unaprjeđenje konkurentnosti poljoprivrednog sektora Unije.

Konkretno, mjere informiranja i promocije trebale bi biti usmjerene na:

- podizanje razine svijesti o sustavima kvalitete Unije i njihova prepoznavanja, ali i razine svijesti potrošača o prednostima poljoprivrednih proizvoda Unije i metodama proizvodnje u Uniji;
- povećanje konkurentnosti i potrošnje poljoprivrednih proizvoda Unije te povećanje prepoznatljivosti i tržišnog udjela tih proizvoda.

Dođe li do ozbiljnog poremećaja na tržištu, te bi mjere trebale pomoći u ponovnom uspostavljanju uobičajenih tržišnih uvjeta.

Kako bi se postigli ciljevi politike, mjere informiranja i promocije provode se u državama članicama EU-a i izvan njih. One mogu biti u obliku:

- jednostavnih programa koje može podnijeti jedna organizacija predlagateljica ili više njih s poslovnim nastanom u istoj državi članici;
- multiprograma koje mogu podnijeti najmanje dva podnositelja prijave s poslovnim nastanom u različitim državama članicama ili jedna organizacija Unije ili više njih.

1.1. GLAVNI DOKUMENTI

Prije donošenja odluke o podnošenju prijave i ispunjavanja različitih obrazaca za prijavu, provjerite ispunjavaju li vaša organizacija (ili više njih), proizvodi koji se promoviraju te samo djelovanje kriterije prihvatljivosti. Trebali biste provjeriti i jesu li vaše planirane aktivnosti i ciljne zemlje u skladu s prioritetima navedenima u pozivu na podnošenje prijedloga.

Iz tog razloga prvo treba pozorno pročitati mjerodavne dokumente, a to su sljedeći:

- Uredba (EU) br. 1144/2014 Europskog parlamenta i Vijeća od 22. listopada 2014. o mjerama informiranja i promocije u vezi s poljoprivrednim proizvodima koje se provode na unutarnjem tržištu i u trećim zemljama te o stavljanju izvan snage Uredbe Vijeća (EZ) br. 3/2008;
- Delegirana uredba Komisije (EU) 2015/1829 od 23. travnja 2015. o dopuni Uredbe (EU) br. 1144/2014 Europskog parlamenta i Vijeća o mjerama informiranja i promocije u vezi s poljoprivrednim proizvodima koje se provode na unutarnjem tržištu i u trećim zemljama;
- Provedbena uredba Komisije (EU) 2015/1831 od 7. listopada 2015. o utvrđivanju pravila za primjenu Uredbe (EU) br. 1144/2014 Europskog parlamenta i Vijeća o mjerama informiranja i promocije u vezi s poljoprivrednim proizvodima koje se provode na unutarnjem tržištu i u trećim zemljama;
- odgovarajuća godišnja provedbena odluka Komisije o donošenju programa rada za predmetnu godinu u okviru mjera informiranja i promocije u vezi s poljoprivrednim proizvodima koje se provode na unutarnjem tržištu i u trećim zemljama;

- poziv na podnošenje prijedloga.

U slučaju dodatnih pitanja dostupne su vam i sljedeće mogućnosti:

- sinoptički prikaz politike promocije, dostupan na: https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products_en
- predlošci ugovora o dodjeli besporatnih sredstava (za jednostavne programe i multiprograme);
- česta pitanja o konkretnom pozivu dostupna na: [Funding & tenders \(europa.eu\)](#)

Posebno za jednostavne programe:

- nadležna nacionalna tijela: podnositelji prijave koji pripremaju jednostavne programe mogu se obratiti nadležnim tijelima svoje države članice ako im je potrebno više informacija o pravnoj osnovi, predlošcima ugovora o dodjeli besporatnih sredstava te provedbi djelovanja. Popis nadležnih nacionalnih tijela dostupan je na poveznici:

https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products_en

- Velik broj internetskih seminara osmišljenih da bi vam pomogli poboljšati tehničku kvalitetu vaših prijedloga dostupan je na poveznici:

https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products_en

1.2. PRIPREMNI KORACI

1.2.1. Opće smjernice prije izrade prijedloga

Prijedlog ima dva dijela (dio A – administrativni obrazac, koji se ispunjava u električnom sustavu i dio B – tehnički opis vašeg projekta, koji se učitava u PDF formatu) i obuhvaća priloge. Pogledajte: [Online Manual – Online Manual – Funding Tenders Opportunities \(europa.eu\)](#)

Očekuje se da će poziv na podnošenje prijedloga biti izuzetno konkurentan. Jedan loš element u prijedlogu koji je u svakom drugom smislu dobar može dovesti do nižeg sveukupnog rezultata te prijedlog neće biti odabran za financiranje sredstvima EU-a.

Imajte to na umu i dobro promislite o sljedećim aspektima prije početka izrade prijedloga:

- relevantnost: provjerite odgovara li vaš prijedlog pozivu na podnošenje prijedloga te obrađuje li se u njemu konkretna tema koju ste odabrali. Prijedlozi izvan područja primjene poziva na podnošenje prijedloga proglašit će se neprihvatljivima. Prijedlozi koji tek granično odgovaraju pozivu ili samo donekle obuhvaćaju konkretnu temu odbacit će se jer možda neće ostvariti prag relevantnih kriterija dodjele;
- cjelovitost: provjerite sadržava li vaš planirani prijedlog sve relevantne informacije i obuhvaća li sve aspekte opisane u kriterijima dodjele, obrascu prijedloga i ovom vodiču jer će se procjena prijedloga provesti isključivo na temelju dostavljenog sadržaja. Pomno slijedite format obrasca dijela B i provjerite jesu li učitane sve potrebne informacije. Ne zaboravite da količina ne

znači kvalitetu: dobri prijedlozi sastavljeni su jasno te ih je jednostavno razumjeti i pratiti; precizni su, sažeti i naglasak je na sadržaju. Imajte na umu da je broj stranica za dio B vašeg prijedloga ograničen te će tekst koji prelazi ograničenje biti označen vodenim žigom i procjenjitelji neće uzimati u obzir te stranice;

- utjecaj: dobri prijedlozi trebali bi biti usmjereni na rezultate i jasno pokazivati kako se namjeravaju postići ti rezultati. Uz to moraju sadržavati metodološki opis pouzdane i vjerodostojne studije procjene koju provodi neovisno vanjsko tijelo i koja je usmjerena ne samo na procjenu postupka, nego posebno na konačni očekivani utjecaj. Saznajte više u Dodatnim informacijama o kriterijima dodjele (Prilog I.).

1.2.2. Upotreba jezika

Prijedlozi se mogu podnijeti na bilo kojem službenom jeziku Europske unije.

Ako je prijedlog napisan na nekom drugom službenom jeziku EU-a, poželjno je priložiti prijevod cijelog tehničkog dijela (dio B) prijedloga na engleski jezik kako bi se neovisnim stručnjacima koji sudjeluju u stručnom dijelu procjene olakšao pregled prijedloga.

Prijevodi na engleski jezik trebali bi biti kvalitetni kako bi se izbjegla odstupanja od izvornika.

Podnositelji prijave koji podnose prijedloge za **multiprograme** trebali bi biti svjesni toga da će Izvršna agencija u načelu upotrebljavati engleski jezik za komunikaciju s korisnicima u pogledu praćenja i nadzora sufinanciranih multiprograma (u fazi upravljanja bespovratnim sredstvima).

Podnositelji prijave koji podnose prijedloge za **jednostavne programe** trebali bi uzeti u obzir činjenicu da će ugovorima upravljati države članice. Zbog toga se podnositelje prijave potiče da svoj prijedlog podnesu na službenom jeziku matične države članice organizacija predlagateljica, osim ako je predmetna država članica pristala potpisati ugovor na engleskom jeziku¹.

1.2.3. Uloga i odgovornost različitih subjekata

U provedbu određenog djelovanja može biti uključeno više subjekata i svaki od njih ima drugčiju ulogu i odgovornost:

- koordinator je subjekt konkretno odgovoran za sljedeće zadatke:
 - podnošenje prijedloga u ime svih uključenih organizacija predlagateljica;
 - praćenje provedbe djelovanja kako bi se osigurala pravilna provedba (vidjeti članak 11. ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava);
 - djelovanje u svojstvu posrednika za svu komunikaciju između korisnika i upravljačkog tijela (konkretno, dostavlja Izvršnoj agenciji ili državi članici

¹ Informacije su dostupne na: [competent-national-authorities-simple-programmes-v2_en.pdf \(europa.eu\)](http://competent-national-authorities-simple-programmes-v2_en.pdf (europa.eu))

informacije iz članka 19. ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava), osim ako je utvrđeno drukčije;

- pozivanje supodnositelja prijave / sukorisnika da dostave sve dokumente ili informacije koje su potrebne upravljačkom tijelu, njihov pregled te provjera njihove cjelovitosti i točnosti prije proslijđivanja tijelu;
- dostavljanje potrebnih rezultata i izvješća tijekom provedbe djelovanja (vidjeti članak 21. ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava);
- osiguravanje jamstva za prefinanciranje, obveznog u slučaju jednostavnih programa te na zahtjev Agencije u slučaju multiprograma (vidjeti članak 23. ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava);
- osiguravanje pravodobnog plaćanja sukorisnicima (vidjeti članak 22. stavak 1. ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava);
- obavješćivanje upravljačkog tijela o iznosima koji se isplaćuju svakom sukorisniku, prema potrebi (vidjeti članak 22. i 32. ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava).

Važno je napomenuti da koordinator prethodno navedene zadatke ne smije delegirati nijednom drugom sukorisniku niti ih povjeriti nekoj trećoj strani.

- drugi korisnici / podnositelji prijave odgovorni su konkretno za sljedeće zadatke:
 - redovito ažuriranje informacija u Registru korisnika (u elektroničkom sustavu za razmjenu informacija) na portalu za financiranje i natječaje (vidjeti članak 19. ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava);
 - obavješćivanje koordinatora bez odgađanja o svim događajima ili okolnostima koji bi mogli znatno utjecati na provedbu djelovanja ili dovesti do kašnjenja u njegovoj provedbi (vidjeti članak 19. ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava);
 - pravodobno dostavljanje koordinatoru:
 - pojedinačnih finansijskih izvještaja i, prema potrebi, potvrda o finansijskim izvještajima (vidjeti članak 21. ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava);
 - podataka potrebnih za izradu izvješća (vidjeti članak 21. ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava);
 - svih drugih dokumenata ili informacija koje traži Agencija ili Komisija / država članica u skladu s ugovorom o dodjeli bespovratnih sredstava, osim ako se tim ugovorom od korisnika zahtijeva da te informacije dostavi izravno njima.

Osim toga, ako u djelovanju sudjeluje nekoliko korisnika / podnositelja prijave, potrebno je sklopiti **ugovor o konzorciju** kojim će se dopuniti ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava. Taj ugovor može biti u različitim oblicima, ali najčešći je standardni pisani ugovor. Smjernice za ugovore o konzorciju možete pronaći u internetskom priručniku i smjernicama pod naslovom „Kako sastaviti ugovor o konzorciju”, koji su dostupni na:

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

Ugovor o konzorciju ne mora se podnijeti uz prijedlog, ali mora biti dostupan u trenutku potpisivanja ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava.

- **Podizvoditelj(i)** (vidjeti članak 9. ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava):
 - nisu stranke ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava te nisu u ugovornom odnosu s Agencijom / državom članicom;
 - **osnovni zadatci u okviru djelovanja (tj. stručna i finansijska koordinacija djelovanja i upravljanje strategijom) ne smiju biti povjereni podizvoditeljima;**
 - moraju biti odabrani na način kojim se osigurava najbolja vrijednost za novac i, ako je to primjereni, najniža cijena, te izbjegava sukob interesa. Podnositelji prijave / korisnici koje se smatra „javnopravnim tijelima“ trebali bi postupati u skladu s nacionalnim zakonodavstvom o javnoj nabavi kojim se prenosi Direktiva 2014/24/EU;
 - poslovni procjene ne smiju se povjeravati subjektima kod kojih postoji struktorna veza;
- treće strane koje primaju finansijsku potporu (vidjeti članak 9. stavak 4. ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava):
 - finansijska potpora u obliku bespovratnih sredstava može se dodijeliti isključivo subjektima koji su povezani s korisnikom² i utvrđeni u prijedlogu projekta;
 - u projektu se navode najveći iznos finansijske potpore za svaku treću stranu te kriteriji i postupci dodjele finansijske potpore;
 - korisnici moraju osigurati da troškovi koji se naplaćuju za djelovanje budu ograničeni na troškove koje su te treće strane stvarno imale (odnosno bez profitnih marži) te da subjekti poštuju načelo dobrog finansijskog upravljanja i vode evidenciju svojih troškova.

2. PRIPREMA PRIJEDLOGA

2.1. Obrazac za prijavu

Obrazac za prijavu ima dva dijela, dio A i dio B:

- dio A sadržava strukturirane administrativne obrasce s podatcima o sudionicima, pravnim izjavama i osobama za kontakt (sa zaslonâ sustava za podnošenje prijedloga).
- dio B tekstovni je dio prijedloga. Riječ je o tehničkom opisu projekta sa svim planiranim aktivnostima, radnim paketima, troškovima itd.

² „Povezani subjekti“ jesu subjekti koji su povezani s korisnikom pravno ili putem kapitala, a ta povezanost nije ograničena na predmetno djelovanje ni uspostavljena samo radi njegove provedbe.

- dio C obuhvaća informacije o ciljnim državama i proizvodima koje treba promicati, kao i posebna pitanja te ključne pokazatelje uspješnosti čiji je cilj praćenje programa.

2.2. Dio A – administrativni obrazac

U uputama u nastavku navode se informacije o pravilnom popunjavanju dijela A.

Odjeljak 1.: Opće informacije

U ovom biste odjeljku trebali navesti pokratu, naslov prijedloga, trajanje, ključne riječi i sažetak svojeg prijedloga na engleskom jeziku. Budite precizni i jasni pri sastavljanju sažetka projekta koji će se objaviti ako vaš prijedlog bude odabran za sufinanciranje.

Morate navesti i jesu li slični prijedlozi podneseni u posljednje dvije godine.

Odjeljak 2.: Sudionici

Koordinator će označiti PIC broj za sve organizacije predlagateljice. Važno je napomenuti da biste trebali upotrebljavati valjni PIC broj.

U ovom biste odjeljku za svakog sudionika trebali navesti vrstu organizacije predlagateljice kako su navedene u članku 7. Uredbe 1144/2014.

Pri odabiru vrste organizacije svakako provjerite odgovara li ona informacijama navedenima u relevantnom prilogu o reprezentativnosti / pravnom subjektu.

Odjeljak 3.: Proračun

U ovom odjeljku morate popuniti tablicu s pregledom proračuna (primjer u nastavku):

Forms of funding	Estimated eligible ¹ costs (per budget category)												Estimated EU contribution ²		
	A. Personnel costs		B. Subcontracting costs		C. Purchase costs			D. Other cost categories		E. Indirect costs ³	Total costs	EU contribution to eligible costs		Maximum grant amount ⁴	
	A.1 Employees (or equivalents)	A.2 SME owners and natural person beneficiaries	B. Subcontracting	C.1 Travel and subsistence			C.2 Equipment	C.3 Other goods, works and services	D.1 Financial support to third parties	E. Indirect costs		Funding rate % ⁵	Maximum EU contribution ⁵	Requested EU contribution	
	Actual costs	Actual costs ⁶	Unit costs ⁷	Actual costs	Actual costs ⁶	Actual costs ⁶	Actual costs	Actual costs ⁶	Actual costs	Actual costs ⁶	Flat rate costs ⁸				
1 – [short name beneficiary]															
2 – [short name beneficiary]															
Total consortium															

Bijela polja mora popuniti koordinator, siva automatski popunjava ili izračunava sustav, a crna se ne mogu popuniti.

Svaki redak proračunske tablice predstavlja ukupne procijenjene izdatke svakog podnositelja prijave.

U skladu s predloškom ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava, postoji pet kategorija troškova (podroban opis svake kategorije proračuna dostupan je u članku 6. stavku 2. ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava):

- A. troškovi osoblja
- B. troškovi podizvoditelja
- C. troškovi nabave
- D. finansijska potpora trećim stranama
- E. neizravni troškovi.

Izravne troškove potrebno je raščlaniti u posebnoj analizi proračuna u dijelu B prijave, u opisu radnih paketa (odjeljak 4.).

Pobrinite se da iznosi po kategorijama troška i ukupni iznosi u dijelu A budu isti kao odgovarajući iznosi navedeni u analizi proračuna po radnom paketu iz dijela B prijave te iznosi izračunani nakon popunjavanja „detaljne proračunske tablice” iz Priloga V.

Posebno pripazite da ne biste dvaput ubrojili neizravne troškove tijekom rada na dijelu A i dijelu B.

Najveći doprinos EU-a računa se kao ukupni troškovi uvećani za stopu nadoknade. Nju automatski popunjava sustav, a izračunava se na temelju uvjeta iz poziva i onih za tematsko područje te na temelju države članice podnositelja prijave.

Treba napomenuti da u cilju pojednostavljenja proračunske tablice nije potrebno navesti doprinose podnositelja prijave.

Razlika između ukupnih procijenjenih prihvatljivih troškova umanjenih za zatraženi doprinos EU-a smatra se „doprinosom podnositelja prijave”.

2.3. Dio B – tehnički opis projekta

Dio B odnosi se na tehnički sadržaj prijedloga. Kako bi se olakšala priprema prijave, trebalo bi iskoristiti predložak dostupan u sustavu i slijediti ovaj vodič.

Obvezno je popuniti sve unaprijed definirane odjeljke i odgovoriti na pitanja navedena u ovom dokumentu.

Kvaliteta prijedloga ocijenit će se u odnosu na sljedeće kriterije dodjele:

- 1. Relevantnost**
- 2. Kvaliteta**
- 3. Utjecaj**

Oni su dodatno podijeljeni u **potkriterije** (Prilog I. ovom vodiču). Važno je osigurati da se u vašem **prijedlogu obrađuju svi potkriteriji dodjele** navedeni u prilogu.

Neovisni stručnjaci koristit će se tim popisom **kako bi učinkovito ocijenili kvalitetu vašeg prijedloga**.

Dio B trebao bi sadržavati sljedeće odjeljke koji odgovaraju kriterijima dodjele:

Odjeljak 1. Relevantnost

1.1 Kontekst i opći ciljevi

Ukratko predstavite organizaciju prelagateljicu (ili više njih), zastupljeni proizvodni sektor i njegove članove, bez ponavljanja informacija koje ste već naveli u dijelu A obrasca za prijavu. Uključite i informacije o strukturi sektora, broju članova/društava, prometu i podatke povezane sa zapošljavanjem.

Treba napomenuti da bi informacije o reprezentativnosti vaše organizacije u vašoj državi članici ili na razini Unije za predmetni proizvodni sektor (ili više njih) trebalo navesti u obliku priloga, koristeći se odgovarajućim predloškom. Popunjeni prilog potrebno je učitati zasebno, pod odgovarajućim naslovom, zajedno s relevantnim informacijama o pravnom subjektu (vidjeti i poglavje 2.4. ovog vodiča).

Navedite proizvode ili sisteme koji će biti predmet promocije ili informiranja u okviru djelovanja. Ako promovirate proizvode iz Priloga I. Uredbi 1144/2014, navedite oznake KN³ za te proizvode. Ako promovirate sisteme ZOZP/ZOI/ZTS, navedite registrirane nazive priznatih proizvoda.

Pripazite da su isti proizvodi/sistemi navedeni u odgovarajućem odjeljku u dijelu A.

Opишite kontekst i obrazloženje projekta te kako on odgovara općim ciljevima poziva na podnošenje prijedloga.

Provjerite jesu li svi relevantni aspekti jasno preneseni u strategiju programa, uključujući odabrane aktivnosti i ključne poruke.

U svakom prijedlogu treba biti opisano kako projekt pridonosi klimatskim ciljevima i ciljevima zaštite okoliša u okviru zajedničke poljoprivredne politike (ZPP), zelenog plana⁴ i, najvažnije, strategije „od polja do stola“.

Posebno se usredotočite na **održivu proizvodnju** i/ili **održivu potrošnju**, upotrebljavajući kao referentni okvir definiciju održive poljoprivrede Organizacije za hranu i poljoprivredu Ujedinjenih naroda (FAO)⁵.

Prijedlozi podneseni u okviru **tema održivosti** trebali bi se baviti dodatnim aspektima navedenima u ciljevima teme. Cilj je ovih tema istaknuti održivost poljoprivrede Unije, naglašavajući njezinu korisnu ulogu za klimu, okoliš i dobrobit životinja. Metode proizvodnje promoviranih proizvoda moraju pokrivati barem dva područja djelovanja iz članka 31. stavka 4. Uredbe (EU) 2021/2115⁶, uvažavajući pritom uvjete iz stavka 5. navedenoga članka. Područja djelovanja uključuju ublažavanje klimatskih promjena, prilagodbu klimatskim promjenama, zaštitu ili poboljšanje kvalitete vode, sprječavanje

³ Više informacija o oznakama KN dostupno je na sljedećoj mrežnoj stranici: https://taxation-customs.ec.europa.eu/customs-4/calculation-customs-duties/customs-tariff/combined-nomenclature_en

⁴ Zdraviji i održiviji prehrabeni sustav EU-a temelj je europskog zelenog plana. Više informacija na: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en

⁵ Organizacija za hranu i poljoprivredu Ujedinjenih naroda (FAO), procjena održivosti prehrabbenih i poljoprivrednih sustava <http://www.fao.org/nr/sustainability/sustainability-assessments-safa/en/>, definicije <http://www.fao.org/3/ai388e/AI388E05.htm>

⁶ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32021R2115>

propadanja i obnovu tla, zaštitu bioraznolikosti, očuvanje ili obnovu staništa ili vrsta, djelovanje za održivu i smanjenu upotrebu pesticida te djelovanje u cilju unaprjeđenja dobrobiti životinja ili borbe protiv otpornosti bakterija na antibiotike.

1.2 Analiza tržišta i posebni ciljevi projekta

U prijedlog se uključuje relevantna analiza tržišta po ciljnoj zemlji. Analiza tržišta usmjerena je na proizvod i tržište. Naglasak analize na svakoj je ciljnoj zemlji te služi kao temelj za definiranje ciljeva i strategije djelovanja. Trebala bi sadržavati informacije o makroekonomskim pokazateljima te njihovu procjenu, uvjete na tržištu, prognoze te novije izvore podataka.

Navedite informacije potrebne za opis tržišta i/ili stanja osviještenosti na svakom od tržišta uključenih u vaš projekt odgovaranjem na pitanja kao što su:

Ponuda:

- Koji su podatci o proizvodnji, prodaji i izvozu (obujam i vrijednost, tržišni udio) za organizacije predlagateljice i njihovu državu članicu na svakom od ciljnih tržišta? Je li planirano povećanje prodaje kompatibilno s kapacitetima za povećanje proizvodnje?
- Kakva je struktura tržišta u ciljnoj zemlji (ili više njih) te kakav je položaj vaše organizacije na tom tržištu (odnosno kakav je konkurenčki položaj podnositelja prijave)?
- Koji su glavni konkurenti?
- Kakav je tržišni položaj subjekata iz EU-a iz istog proizvodnog sektora (obujam i vrijednost izvoza, tržišni udio itd.)?
- Kakav je njihov položaj u odnosu na konkurenente izvan EU-a?
- S kojim se izazovima suočavaju?
- Kakve su njihove tržišne strategije?
- Koje su konkurenčke prednosti subjekata iz EU-a?
- Koje su konkurenčke prednosti organizacije predlagateljice (ili više njih)?
- Pojasnite glavne razlike (cijena, kvaliteta itd.) zahvaljujući kojima će vaš proizvod biti konkurentniji od drugih proizvoda koji su već dostupni na ciljnom tržištu.
- Koji su mogući logistički izazovi?
- Opisite strukturu i funkcioniranje kanala za distribuciju i maloprodaju: glavne maloprodajne lance, tržišni udio po kanalu distribucije, važnost specijalizirane trgovine i kanala hotelijersko-ugostiteljskog sektora.
- U slučaju trećih zemalja, navedite pojedinosti o uvjetima uvoza, kao što su carinske i necarinske prepreke (npr. sanitarni ili fitosanitarne mjere), te o svim drugim ograničenjima (npr. privremene ili trajne zabrane) koja su na snazi ili predviđena za vrijeme provedbe planiranog djelovanja.

Potražnja:

- Koje su značajke, demografski, socijalno-profesionalni profili, tipologija trenutačnih potrošača? Utvrdite i opišite tržišne segmente u kvantitativnom i kvalitativnom smislu.
- Kakva je potrošnja po glavi stanovnika te kakvi su srednjoročni trendovi potrošnje za kategoriju proizvoda i konkretnе proizvode iz planiranog djelovanja?

Ako je djelovanje usmjereno na podizanje osviještenosti:

- Kakvo je trenutačno stanje osviještenosti potrošača?
- Što treba poboljšati i koji su izazovi?
- U kojim je segmentima razina svijesti viša/niza?

Osim toga, navedite sažetak dostupnih izvješća o istraživanju tržišta i/ili osviještenosti potrošača za ciljna tržišta. Ako je moguće, navedite javno dostupna izvješća, uz upućivanje na izvore.

Posebne odredbe za prijedloge usmjerene na najnerazvijenije zemlje:

Ako je prijedlog usmjeren na jednu od najnerazvijenijih zemalja u skladu s popisom UN-a⁷ ili više njih, morat će dostaviti svoju procjenu u kojoj objašnjavate zašto predloženo djelovanje neće štetno utjecati na ciljeve razvojne politike EU-a u tim zemljama (vidjeti članak 208. stavak 1. drugi podstavak UFEU-a).

Analiza „SWOT”:

U okviru analize tržišta navedite analizu „SWOT“ (analiza prednosti, nedostataka, prilika i prijetnji) **po ciljnoj zemlji**.

Analizu „SWOT“ provode organizacije radi utvrđivanja **unutarnjih** prednosti i nedostataka te **vanjskih** prilika i prijetnji.

Treba napomenuti da su prednosti i nedostatci povezani s okolnostima organizacije predlagateljice (ili više njih) i njezinim predloženim projektom, dok su prilike i prijetnje povezane s čimbenicima na ciljnom tržištu na koje organizacija predlagateljica ne može utjecati.

Cilj je te analize omogućiti definiranje strategije, trendova i izazova s kojima će se susretati u okviru projekta kako bi se postigli ciljevi.

„SMART” ciljevi:

U prijedlogu se navode ciljevi koji su u skladu s analizom „SWOT“ i predstavljeni na **„SMART” način**, dakle u smislu konkretnih i kvantificiranih ciljeva.

⁷ https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/publication/ldc_list.pdf

Oni bi trebali biti:

specifični: ciljevi moraju biti precizni i jasni kako bi ih se moglo postići;

mjerljivi: trebalo bi biti moguće mjeriti napredak u postizanju ciljeva na temelju unaprijed definiranog niza pokazatelja koji se mogu kvantificirati;

dostižni: ciljeve se mora moći postići s pomoću dodijeljenih sredstava te tijekom trajanja planiranog djelovanja;

usmjereni na rezultate: ciljevi bi trebali biti usmjereni na rezultate, a ne na aktivnosti;

vremenski ograničeni: ciljevi moraju imati jasan vremenski okvir, odnosno rok do kojeg ih je potrebno ostvariti.

Podnositelji prijave trebaju slijediti preporuke navedene u Prilogu III. ovom vodiču. Time bi se trebalo olakšati utvrđivanje „SMART“ ciljeva te će se time zajamčiti usklađenost s *ex post* procjenom djelovanja.

Sljedeće bi aspekte isto tako trebalo uzeti u obzir pri definiranju ciljeva djelovanja:

- Kako su ciljevi djelovanja povezani s ciljevima sustava promocije navedenima u članku 2. i 3. Uredbe 1144/2014? Jesu li ciljevi usklađeni s prioritetima utvrđenima u godišnjem programu rada i s odabranom temom iz poziva?
- Jesu li ciljevi djelovanja u skladu s predstavljenom analizom tržišta?

Trebalо bi opisati do tri glavna projektna cilja.

Ti projektni ciljevi moraju biti jasno povezani s pokazateljima utjecaja kako su navedeni u Provedbenoj uredbi i odjeljku 3. ovog poglavlja.

1.3 Komplementarnost s drugim djelovanjima i dimenzija EU-a

Ako je djelovanje nastavak neke prethodno sufinancirane kampanje (ili više njih), jasno opišite njezin utjecaj i razloge zbog kojih ste ponovno podnijeli prijavu i odlučili **nastaviti** kampanju. Objasnite kako se projekt nastavlja na prethodne kampanje.

Osim toga, u prijedlozima se objašnjava komplementarnost s drugim **privatnim ili javnim aktivnostima koje su u tijeku**, a koje provode drugi dionici, u smislu dizajna i sinergija koje se mogu postići i osigurati.

Ako su u tijeku ili su nedavno dovršene druge kampanje (uz sufinanciranje EU-a ili bez njega), navedite sljedeće:

- a) naziv, ciljna tržišta, proizvode i trajanje sličnih djelovanja;
- b) postignute rezultate, ako su poznati u trenutku podnošenja prijedloga;
- c) moguću sinergiju i dodanu vrijednost predloženog novog programa.

Osim toga, svaki program mora imati **dimenziju EU-a**, u smislu sadržaja svojih poruka i utjecaja. Uz to, svaki program mora biti znatnih razmjera, posebno u smislu prekograničnog utjecaja.

Detaljno objašnjenje zahtjeva koji se odnose na dimenziju Unije potražite u Prilogu I. ovom vodiču i čestim pitanjima⁸.

U ovom odjeljku objasnite sve prednosti ostvarene djelovanjem na razini EU-a, čime se opravdava sufinanciranje EU-a.

Koja je dimenzija EU-a u okviru djelovanju u smislu:

- širenja informacija o europskim standardima proizvodnje, standardima kvalitete, sljedivosti i sigurnosti koji se primjenjuju na europske proizvode, europskim prehrambenim praksama i kulturi,
- podizanja razine svijesti o europskim proizvodima među širom javnosti i u sektorima trgovine,
- osiguravanja sinergije između organizacija u više država članica;
- „obuhvata”, odnosno mogućeg utjecaja na obuhvaćene ciljne skupine i ciljna tržišta.

NAPOMENA: prijedlog koji se planira provesti u samo jednoj regiji određene države članice neće imati znatan obuhvat;

- promicanja ugleda europskih proizvoda na međunarodnim tržištima;
- održivosti projekta u gospodarskom, socijalnom i ekološkom smislu. Ako je to relevantno, razmatra se dodana vrijednost EU-a u smislu zapošljavanja.

Podnositelji prijave analiziraju dimenziju EU-a za konkretni prijedlog, a ne kopiraju je iz pravne osnove ili teksta poziva. Od prijedloga se ne očekuje da obuhvaćaju sve aspekte i posebne značajke poljoprivrednih metoda i svojstva europskih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda. Može ih se usmjeriti na jednu od tih značajki ili njih nekoliko.

Dimenzija Unije u okviru djelovanja prenosi se u glavnu poruku kampanje: **poruku EU-a**.

Podnositelji prijave predlažu glavnu poruku EU-a. Osim toga, mogu predložiti jednu sekundarnu poruku ili više njih.

Poruka EU-a treba upućivati na Evropu općenito, na EU, na ZPP, zakonodavstvo EU-a, proizvode EU-a ili standarde proizvodnje EU-a. Podnositelji prijave jasno opisuju način na koji će se prijedlogom širiti informacije i promovirati jedna ili više posebnih značajki metoda poljoprivredne proizvodnje i proizvoda EU-a, kao što su sigurnost hrane, sljedivost, izvornost, označivanje, hranjivi i zdravstveni aspekti, dobrobit životinja, zaštita okoliša i održivost te značajke poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda EU-a, naročito u pogledu njihove kvalitete, okusa, raznolikosti ili tradicija.

Poruku EU-a potrebno je prilagoditi odabranoj temi. Primjer: u zahtjevima podnesenima u okviru teme održivosti trebalo bi istaknuti održivost poljoprivrede Unije uz poseban naglasak na njezinu korisnu ulogu za djelovanje u području klime i za okoliš.

⁸ <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/support/faq>

Odjeljak 2.: Kvaliteta

2.1 Koncept i strategija djelovanja

Na temelju izazova utvrđenih u analizi tržišta (koja se predstavlja u odjeljku 1.2. dijela B), definirajte **strategiju projekta** te u njoj opišite kako namjeravate postići ciljeve djelovanja.

Odgovorite na sva pitanja u nastavku kako biste opravdali odabranu strategiju u smislu planiranih ciljeva:

- Navedite i opišite sve ciljne skupine djelovanja u kvantitativnom i kvalitativnom smislu. Kako će strategija biti prilagođena svakoj od njih i kako će na njih utjecati različite aktivnosti i kanali djelovanja? Odvojite komercijalne aktivnosti (engl. *business to business* (B2B), između poduzeća) od potrošačkih (engl. *business to consumers* (B2C), između poduzeća i potrošača).
- Opišite i obrazložite planiranu kombinaciju metoda komunikacije. Kako su aktivnosti odabrane u odnosu na ciljeve i ciljne skupine? Jesu li te aktivnosti najprikladnije za postizanje ciljeva projekta i dopiranje do ciljnih skupina? Jačaju li jedna drugu?
- Ako je djelovanje usmjereni na više od jedne zemlje, kako će se ta strategija prilagođavati različitim ciljnim tržištima?
- Ako se radi o mjerama kojima je cilj gospodarski povrat: iz čega će proizaći rast, iz sveopćeg porasta potrošnje ili iz stavljanja drugih, sličnih proizvoda izvan uporabe?
- Ako će se mjerom promovirati sustav ili će se njome informirati o sustavu, hoće li se za prikaz tog sustava upotrebljavati određeni proizvod? Kako?
- Istaknite kreativne aspekte. Koje će se ključne poruke upotrijebiti? Jesu li ključne poruke prilagođene ciljnim skupinama i/ili ciljnim tržištima? Opišite planirani sadržaj, oblik i izvor poruka.

Prijedlozi usmjereni na unutarnje tržište – prehrambene smjernice na temelju izbora namirnica („Food-Based Dietary Guidelines“)⁹

Kad je riječ o prijedozima na unutarnjem tržištu, poruke se usklađuju s prehrambenim smjernicama na temelju izbora namirnica u državama članicama na koje je kampanja usmjerena. Ako kampanja obuhvaća jedan ili više proizvoda za koje se u nacionalnim smjernicama navode kvalitativne i kvantitativne preporuke o razinama unosa, poruke u okviru kampanje moraju odražavati te preporuke.

⁹ Više informacija na: https://knowledge4policy.ec.europa.eu/health-promotion-knowledge-gateway/topic/food-based-dietary-guidelines-europe_en

Nadalje, sve upotrijebljene vizualne informacije i promotivni materijal moraju sadržavati upućivanje na nacionalne prehrambene smjernice na temelju izbora namirnica ciljne države članice/ciljnih država članica¹⁰ za proizvode koji se promoviraju:

Za smjernice za zdravu, uravnoteženu prehranu obratite se tijelu [Naziv mrežnog mjesta nacionalnih prehrambenih smjernica na temelju izbora namirnica i QR kod, ako je dostupan]

Osim toga, aktivnosti koje kao ciljnu skupinu uključuju osobe mlađe od 18 godina moraju biti usklađene s nacionalnim pravilima i politikama o promicanju i oglašavanju prehrambenih proizvodima među djecom.

Prijedlozi koji su usmjereni na unutarnje tržište i prenose poruku o pravilnim prehrambenim navikama ili odgovornoj konzumaciji alkohola

U takvim se prijedlozima mora dokazati usklađenost s mjerodavnim nacionalnim propisima ili smjernicama u području javnog zdravlja u državi članici u kojoj će se program provoditi te se u njima moraju navesti reference ili dokumentacija o toj usklađenosti (vidjeti i poglavlje 2.4. ovog vodiča).

Osim toga, kampanje o odgovornoj konzumaciji alkohola na unutarnjem tržištu moraju sadržavati upućivanje na nacionalnu mrežnu stranicu ili neki drugi medijski izvor koji osigurava nacionalno zdravstveno tijelo i koji je namijenjen informiranju o odgovornoj konzumaciji alkohola ili rizicima povezanim s neodgovornom konzumacijom alkohola.

Prijedlozi kojima se promoviraju sustavi kvalitete EU-a (ZOI, ZOZP, ZTS i ekološka proizvodnja)

Posebno kad je riječ o projektima na unutarnjem tržištu, pripazite da su mjere informiranja i promocije u pogledu sustava kvalitete EU-a usmjerene na sustav u glavnoj poruci EU-a. Pojedinačni proizvodi upotrebljavaju se samo kako bi se predstavio sustav i pojavljuju se samo kao sekundarna poruka (kojom se ne oslabljuje glavna poruka EU-a).

Prijedlozi kojima se promoviraju nacionalni sustavi kvalitete na unutarnjem tržištu

Neka mjere informiranja i promocije u pogledu nacionalnih sustava kvalitete budu usmjerene na sustav, a ne na pojedinačne proizvode (pojedinačni proizvodi upotrebljavaju se samo kako bi se predstavio sustav i pojavljuju se samo kao sekundarna poruka (kojom se ne oslabljuje glavna poruka EU-a)).

Prijedlozi u kojima se navodi podrijetlo i prikazuju robne marke

Konkretno, ako se u porukama navodi podrijetlo proizvoda, u prijedlozima bi trebalo navesti kako se upućuje na podrijetlo (vidjeti pravila o navođenju podrijetla definirana u člancima od 2. do 4. Uredbe 2015/1831 te članak 18. ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava i njegov prilog 5.).

¹⁰ https://knowledge4policy.ec.europa.eu/health-promotion-knowledge-gateway/food-based-dietary-guidelines-europe-source-documents-food_en

Ako se tijekom djelovanja planira prikazivanje robnih marki, podnositelji prijave trebali bi navesti upućivanje na uvjete na temelju kojih se mogu promovirati robne marke, a koji su navedeni u Uredbi 2015/1831 (članci 6., 7. i 8.) te članku 18. ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava i njegovu prilogu 5. Podnositelji prijave moraju dati informaciju o tome koliko će se robnih marki navesti.

- U skladu s člankom 5. stavkom 4. Uredbe 2015/1831: obrazložite zašto je potrebno navođenje robne marke kako bi se ispunili ciljevi te kako će se osigurati da se time ne zasjeni glavna poruka EU-a.
- Ako se prikazuje manje od pet robnih marki, navedite obrazloženje u skladu sa sljedećim zahtjevima:
 - a) u matičnoj državi članici organizacija predlagateljica postoji manje robnih marki za proizvod ili sustav koji je predmet djelovanja;
 - b) zbog opravdanih razloga nije bilo moguće pronaći više partnera kako bi se prikazalo više robnih marki. U tom su slučaju podnositelji prijave obvezni dostaviti odgovarajuće obrazloženje i relevantne informacije, uključujući popis drugih organizacija s kojima su stupili u kontakt i kojima su iznijeli prijedlog za uspostavljanje šireg djelovanja koje bi uključivalo više proizvoda ili zemalja uz navođenje razloga zbog kojih to djelovanje nije prihvaćeno/predloženo.

2.2 Struktura konzorcija

Nije primjenjivo. Ovaj je odjeljak obuhvaćen dijelom A obrasca za prijavu. Ne morate provesti nikakve radnje.

2.3 Projektni timovi, osoblje i podizvoditelji

Podnositelji prijave u ovom odjeljku moraju dokazati da posjeduju odgovarajuće stručne kvalifikacije potrebne za provedbu djelovanja.

U tablici navedite imena i funkcije članova projektnog tima (osoblja navedenog u proračunskoj kategoriji A) koji su prvenstveno odgovorni za koordinaciju i/ili provedbu predloženog djelovanja, navodeći njihove funkcije i ukratko opisujući njihovu ulogu u projektu.

U prilozima se kao dokazi moraju uključiti sljedeće informacije:

- Životopisi u formatu Europass (vidjeti odjeljak 5. poziva na podnošenje prijedloga) dostavljaju se u Prilogu „Životopisi“. Imenuje se voditelj projekta koji ima najmanje tri godine iskustva u upravljanju projektima.

U ovom se odjeljku moraju opisati vanjski resursi. Ako podnositelji prijave interno ne raspolažu potrebnim resursima mogu angažirati upućeno osoblje, podizvoditelje, povezane subjekte itd.

Ovdje navedite sve vanjske resurse i opišite interni postupak odabira podizvoditelja kojim se osigurava **najbolja vrijednost za novac**, a istodobno sprječavaju situacije u kojima bi moglo doći do **sukoba interesa**. Navedite iste informacije za neovisna tijela zadužena za procjenu.

Ako je predviđena financijska potpora trećim stranama, u ovom odjeljku sažeto objasnite ulogu povezanih subjekata, a dodatne pojedinosti navedite u odjeljku 6.

dijela B. Ako će iznos po trećoj strani biti veći od najvećeg iznosa utvrđenog u pozivu na podnošenje prijedloga, opravdajte tu potrebu.

2.4 Upravljanje konzorcijem i mehanizmi za donošenje odluka

U slučaju većeg broja podnositelja prijave, opišite strukturu upravljanja, njihove odgovornosti i uloge u konzorciju te mehanizme za donošenje odluka unutar konzorcija.

Detaljno opišite kako će se donositi odluke i kako će se osigurati redovita i učinkovita komunikacija unutar konzorcija.

Relevantne informacije dostavljaju se i u slučaju prijedloga koje dostavlja samo jedna organizacija predlagateljica.

2.5 Upravljanje projektom, kontrola i praćenje kvalitete –strategija procjene

U prvom dijelu ovog odjeljka opišite unutarnje upravljanje projektom. Opišite kako ćete osigurati da se djelovanje provodi pravodobno i uz poštovanje utvrđenog proračuna te da se ispunjavaju ciljevi djelovanja.

Precizno definirajte raspodjelu zadataka među podizvoditeljima (tijelima za provedbu/procjenu) i podnositeljima prijave. Definirajte internu strategiju koordinacije u smislu metoda/pristupa upravljanju različitih partnera, ako oni postoje, te podizvoditelja kako bi se postiglo učinkovito operativno upravljanje programom.

Koji su mehanizmi za kontrolu kvalitete? Kako ćete nadzirati rad podizvoditelja? Kako ćete pratiti kvalitetu rezultata i njihov vremenski raspored?

Na primjer, u slučaju nedovoljnog uspjeha podizvoditelja, kako ćete osigurati da se djelovanje provede onako kako je predviđeno?

Kao dokaz operativne sposobnosti organizacija predlagateljica prijedlogu se prilažu sljedeći dokumenti (odjeljak 7. prijedloga):

- izvješće o radu organizacije predlagateljice (ili više njih) za prethodnu godinu dostavlja se u Prilogu „Dodatne informacije“;
- popis provedenih projekata financiranih sredstvima EU-a u posljednje tri godine, uz navođenje prethodnih projekata koji se nastavljaju ovim prijedlogom, uvrštava se u ovaj odjeljak ili se dostavlja u Prilogu „Dodatne informacije“.

NAPOMENA (samo za jednostavne programe): u slučajevima u kojima podnositelji prijave predlažu sami provesti određene dijelove prijedloga, mora se dostaviti dokaz o tome da sama organizacija ima najmanje tri godine iskustva u provođenju sličnih mjera informiranja i promocije.

U drugom dijelu odjeljka, pod naslovom „Metode procjene i projektni pokazatelji“, detaljno opišite metodologiju za mjerjenje postizanja svih ciljeva djelovanja. Istraživanje kojim se ocjenjuje ishod projekta provest će vanjsko tijelo neovisno o organizaciji predlagateljici/organizacijama predlagateljicama i provedbenom tijelu.

Navedite kad će se provesti procjena (na kraju djelovanja (obvezno) ili krajem svake godine u okviru djelovanja). Studija procjene obuhvaćat će samo rezultate i utjecaj

u smislu ekonomskog ili informativnog povrata, a ne praćenje provedbe djelovanja i izvješćivanja jer su ti poslovi u djelokrugu koordinatora. Troškovi praćenja nisu prihvatljivi u sklopu procjene radnog paketa.

U Prilogu III. ovom vodiču navode se primjeri metoda koje se mogu iskoristiti za mjerjenje **ekonomskog povrata**, kao i sveukupnog utjecaja na osviještenost, odnosno **povrata u smislu informiranosti**. Za mjerjenje se mogu primijeniti i druge metodologije. Međutim, cilj je predloženih metodologija uspostaviti minimalnu razinu kvalitete procjene te uskladiti procjenu i postavljanje objektivnih ciljeva za različita djelovanja.

Definirajte popis **pokazatelja ostvarenja, rezultata i utjecaja** popunjavanjem tablica: upotrijebite pokazatelje navedene u članku 22. i Prilogu I. Provedbenoj uredbi Komisije (EU) 2015/1831.

Možete upotrijebiti slične pokazatelje ako su prikladniji i propisno obrazloženi.

- **Pokazatelji rezultata** trebali bi biti **povezani s planiranim radnim paketima i rezultatima** koji se predstavljaju u odjeljku 4. dijela B.
- **Pokazatelji utjecaja** trebali bi biti blisko **povezani sa specifičnim ciljevima djelovanja** (navedeni su u odjeljku 1.2. dijela B).

Budući da je očekivani konačni utjecaj kampanja poboljšanje konkurentnosti i potrošnje poljoprivredno-prehrambenih proizvoda EU-a:

Svaki bi prijedlog programa trebao sadržavati barem **jedan pokazatelj utjecaja** koji prikazuje promjenu u prodanim ili izvezenim količinama promoviranih proizvoda **izraženu u eurima** ili, ako je to prikladno, promjenu razine osviještenosti potrošača ili prepoznavanja sustavâ kvalitete Unije.

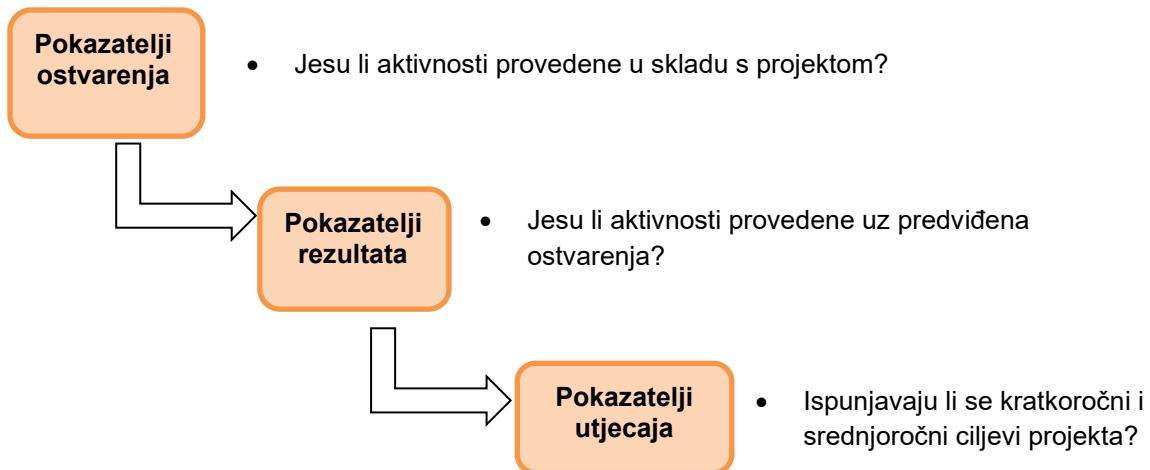
Kako bi se dokazala kvaliteta predloženih metoda i pokazatelja, navode se pojedinosti o sljedećem:

- početnoj vrijednosti ili, ako je nema, o tome kako će se utvrditi početna vrijednost;
- ciljnim vrijednostima planiranih pokazatelja.

Procjena rezultata djelovanja ne bi trebala biti usmjerena samo na dobru provedbu djelovanja. Mjera koja je provedena u skladu s planom svejedno može imati slab utjecaj.

Na primjer, činjenica da je posjetiteljima na degustacijama na prodajnim mjestima podijeljeno 10 000 brošura potvrda je da se aktivnost provodila u skladu s prijedlogom. Međutim, to nije dokaz da su ostvareni ciljevi mjere, što će biti povezano s promjenama razine svijesti ili povećanjem prodaje. Broj podijeljenih brošura jest pokazatelj ostvarenja.

Odnos između pokazatelja ostvarenja, rezultata i utjecaja može se prikazati kako slijedi:



2.6 Troškovna učinkovitost i financijsko upravljanje

Ovaj bi dio trebao obuhvatiti dva aspekta.

Ukratko opišite kako će se predloženi rezultati i ciljevi djelovanja postizati na troškovno najučinkovitiji način.

Zatim navedite kako će se financirati djelovanje te kako će se rasporediti financijska sredstva i kako će se njima upravljati unutar konzorcija.

Podnositelji prijave moraju navesti rezultate samostalne provjere financijske održivosti i obrazložiti ih¹¹. Posebno ako su rezultati „loši”, pojasnite kako će se osigurati likvidnost (osim prefinanciranjem), odnosno hoće li se to učiniti vlastitim sredstvima ili bankovnim zajmom. Navedite i predviđaju li se financijski doprinosi članova organizacije.

Ako je to primjenjivo, navedite izvore i iznose primljenih (ili zatraženih) financijskih sredstava Unije za isto djelovanje ili dio djelovanja ili za vaš rad (operativna bespovratna sredstva) tijekom posljedne tri financijske godine.

Planirate li u okviru otvorenih poziva na podnošenje prijedloga podnijeti nekoliko prijava projekata koji bi se mogli usporedno provoditi, navedite i informacije o tome kako bi se mogla osigurati provedba ako se za više od jedne prijave odobri financiranje, kao i informacije o mogućim uštedama (npr. upotreba istog alata za različite kampanje).

Posebna pojašnjenja navedite u pogledu:

a) **operativne sposobnosti:** kako ćete osigurati dostatnu operativnu sposobnost i osoblje potrebne za postizanje ciljeva predloženih djelovanja? (Na taj aspekt možete uputiti u odjeljku 2.3. svojeg prijedloga.)

b) **financijske sposobnosti:** kako ćete osigurati dobro financijsko upravljanje i odgovarajuću likvidnost za ispunjavanje obveza plaćanja prema podizvoditeljima za projekte koji se provode usporedno?

¹¹ Svi podnositelji prijave moraju izvršiti samostalnu provjeru financijske održivosti na: <https://ec.europa.eu/research/participants/lfv/lfvSimulation.do>

2.7 Upravljanje rizicima

Opišite sustav upravljanja rizicima koji će se uspostaviti: pojasnite utvrđene rizike, odgovore na rizike i alate za upravljanje rizicima.

Koji su rizici povezani s provedbom djelovanja (na primjer u vezi s konkretnim nesigurnostima ili ograničenjima na tržištu ciljne treće zemlje)? Razvrstajte rizike prema vrsti rizika s pomoću tablice sadržane u predlošku, na primjer financijski, politički, tržišni itd. Kako ćete ih obuhvatiti, koje će se mjere ublažavanja uspostaviti? Koji je mogući učinak rizika i koja je vjerojatnost njihova nastanka? Razvrstajte rizike prema kategorijama ovisno o njihovoj vjerojatnosti i učinku (visok, srednji, nizak).

Odjeljak 3. Utjecaj

3.1 Utjecaj i očekivani povrat ulaganja

Definirajte kratkoročni, srednjoročni i dugoročni utjecaj projekta na razini EU-a. Opišite potencijal djelovanja u smislu povećanja potražnje i/ili tržišnog udjela te kako će i u kojoj mjeri drugi subjekti EU-a ostvariti koristi iz projekta.

Imajući na umu činjenicu da je očekivani konačni povrat kampanja poboljšanje konkurentnosti i potrošnje proizvoda EU-a, **predložena razina ulaganja mora se opravdati očekivanim povratom.**

Opravdanje razine ulaganja temelji se na ekonomskom povratu i/ili povratu u smislu informiranosti:

- **ekonomski povrat** uobičajeno bi se trebao procijeniti na razini organizacije predlagateljice ili na nacionalnoj razini. Mjerama usmjerenima na gospodarski povrat, na primjer onima usmjerenima na povećanje tržišnog udjela proizvoda iz EU-a, trebao bi se procijeniti povrat u apsolutnom, novčanom smislu, odnosno vrijednost u eurima.

Slično pristupu procjene nakon provedbe mjeru, mjerljivi cilj trebao bi biti usmjeren na isključivanje vanjskih utjecaja kako bi se mogli utvrditi učinci koji se mogu izravno pripisati mjeri. Ta procjena ne bi se trebala sastojati samo od jednostavne usporedbe podataka prije i nakon kampanje. Trebala bi se, na primjer, prilagoditi u odnosu na postojeće trendove na tržištu, koji bi se dogodili i bez provedbe mjeru. Više informacija o metodologijama koje se mogu upotrijebiti za izračun tih vrijednosti navodi se u Prilogu III. ovom vodiču.

- Za djelovanja usmjerena na **povrat u smislu informiranosti**, na primjer ona čiji je glavni naglasak na povećanju razine osviještenosti, trebao bi se kvantificirati očekivani utjecaj u smislu broja osoba koje su stekle nova saznanja ili promijenile mišljenje. Broj osoba do kojih se učinkovito doprlo pokazatelj je utjecaja u smislu osviještenosti. U Prilogu III. ovom vodiču navodi se više informacija o metodološkim zahtjevima.

U prijedlozima bi se trebala navesti početna vrijednost kako bi se procijenio utjecaj projekta u odnosu na scenarij u kojem se projekt ne provodi.

NAPOMENA:

- U djelovanju se predstavlja očekivani povrat na ulaganje izračunan na razini organizacije predlagateljice i/ili njezine države članice (ne na razini EU-a).

- Ako postoji više od jedne ciljne zemlje, očekivani povrati trebali bi se razvrstati po ciljnim tržištima/zemljama.
- U prijedlogu bi trebalo dokazati da je očekivani povrat realno ostvariv.

3.2 Komunikacija, širenje informacija i vidljivost

Nije primjenjivo.

3.3 Održivost i kontinuiranost

Opišite kako će se pratiti projekt nakon završetka razdoblja financiranja EU-a. Kako ćete održati utjecaj projekta te kako će se rezultati kampanje dugoročno upotrebljavati, uključujući nakon isteka financiranja EU-a.

U ovom odjeljku podnositelji prijave pokazuju potencijal projekta u pogledu osiguranja održivog gospodarskog i socijalnog utjecaja te potencijal u pogledu **doprinosu održivoj proizvodnji i/ili potrošnji**. NAPOMENA: Te aspekte nije potrebno količinski odrediti.

Odjeljak 4. Aktivnosti, radni paketi, vremenski raspored i podugovaranje

Odjeljak 4. dijela B posvećen je opisu projektnih aktivnosti. U obrascu za prijavu taj je dio u posebnom odjeljku, ali trebali biste imati na umu da se ocjenjuje uglavnom u odnosu na kriterij dodjele u pogledu kvalitete.

U ovom bi se odjeljku trebale opisati aktivnosti i detaljna analiza povezanog proračuna.

Planirane aktivnosti trebale bi se rasporediti u radne pakete. Radni paket uključuje sve aktivnosti i s njima povezane rezultate koji su obuhvaćeni jednom glavnom linijom detaljnog proračuna, na primjer koordinacija projekta, odnosi s javnošću, događanja, procjena itd.

Podnositelji prijave obvezni su izraditi sljedeća dva radna paketa:

Koordinacija projekta i procjena

Podnositelji prijave moraju opisati djelovanja koja provode za potrebe upravljanja projektom te kako bi osigurali da se on provodi u skladu s planom u okviru aktivnosti „Koordinacija projekta”.

Kad je riječ o multiprojektima, u ovom bi se radnom paketu trebao predvidjeti početni sastanak s Agencijom i korisnicima na kojem Agencija pojašnjava predložak ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava, financijsko upravljanje bespovratnim sredstvima i zahtjeve u pogledu izvješćivanja, kao i upotrebu alata IT-a za upravljanje bespovratnim sredstvima.

Rezultat je fizički ishod neke aktivnosti, na primjer seminar, djelovanje na prodajnom mjestu itd. Razina pojedinosti u predstavljanju aktivnosti i proračuna trebala bi biti

dovoljna da se odgovori na pitanja tko, što, kada, gdje i kako. Njihov je opis dovoljno iscrpan i omogućuje procjenu troškovne učinkovitosti aktivnosti.

Procijenjeni troškovi trebali bi se navesti na razini rezultata kao „troškovi prema vrsti ostvarenja”.

Za svaku je aktivnost važno objasniti zašto se ona planira (u skladu s ciljevima), definirati ciljne skupine i njihovu veličinu, razdoblje provedbe, mjesto na kojem će se aktivnost organizirati te predstaviti raščlambu troškova na godišnjoj razini.

Primjeri:

- U slučaju seminara, predstavljanje bi trebalo uključivati pojedinosti o mjestu, sadržaju, sudionicima, očekivanim ishodima itd.
- U slučaju medijskih kampanja, predstavljanje bi trebalo uključivati pojedinosti o cijelokupnom proračunu uloženom u izradu i distribuciju oglasa (odnosno kupovinu medijskog prostora, uključujući popuste na godišnjoj razini) te o vremenskom rasporedu kampanje. Nije potrebno navoditi pojedinosti o nazivima publikacija i televizijskih postaja. Međutim, informacije o pokrivenosti, dosegu, učestalosti, ukupnom broju potencijalnih izlaganja oglasnoj poruci za ciljne skupine do kojih se dopire trebale bi se navesti kao pokazatelj opsega kampanje.
- U slučaju aktivnosti na službenim mrežnim mjestima / društvenim mrežama, predstavljanje bi trebalo uključivati pojedinosti o funkcionalnostima koje se planira osmisлитi, uključujući predviđen poseban digitalni sadržaj. Trebalo bi navesti i informacije o željenom povećanju publike i njezine uključenosti (podatci o posjećenosti stranica, pratiteljima računa, količini učitanog sadržaja itd.), kao i naznaku o željenom opsegu aktivnosti. Objave na društvenim mrežama (slike, videozapisi, kratke snimke) objavljene s računa projekta ili s računa utjecajnih osoba na društvenim mrežama moraju promicati svojstva proizvoda EU-a, a ne samo njihovu konzumaciju.

Podnositelji prijave trebali bi navesti i tko će provoditi pojedinačne aktivnosti: podizvoditelji (provedbena tijela), povezani subjekti organizacije predlagateljice (ako ima više organizacija predlagateljica, koja će od njih provoditi koju aktivnost) te pritom opisati preciznu raspodjelu aktivnosti između podnositelja prijave i drugih uključenih subjekata.

U analizi proračuna osigurava se dostatna razina pojedinosti, pri čemu se navode **procijenjeni troškovi** za svaki rezultat.

Predložak za opis aktivnosti i obrazloženje proračuna trebao bi se upotrijebiti za sve radne pakete koje se planira provesti.

Osim toga, važno je napomenuti da biste svojem prijedlogu trebali priložiti i **ukupni proračun za djelovanje** po radnom paketu („**Detaljna proračunska tablica**“) koji možete izraditi s pomoću predloška dostupnog u sustavu. U tom je dokumentu potrebno prilagoditi brojeve radnih paketa onima u dijelu B.

Tijekom popunjavanja dijelova o „analizi procijenjenog proračuna“ te njihova uključivanja u detaljnu proračunsку tablicu uzmite u obzir sljedeće savjete:

- „1. Troškovi za koordinaciju projekta“ uključuju vrijeme koje je osoblje (i privremeno osoblje) provelo radeći za korisnika zaduženog za koordinaciju, odnosno suradnju s upravljačkim tijelom te suradnju između partnera i

podizvoditelja. Ključni zadatci ne smiju se povjeriti podizvoditeljima ni delegirati nijednom drugom sukorisniku (vidjeti točku 1.2.2). Taj bi radni paket trebao obuhvaćati samo troškove organizacija predlagateljica, a ne troškove podizvoditelja, koji se uključuju u troškove za pojedinačne aktivnosti. Broj osoba/dan procijenjen za aktivnosti koje izvršavaju podnositelji prijave te njihove stope moraju biti jasno obrazloženi.

- Drugi troškovi koordinacije projekta uglavnom obuhvaćaju putne troškove. Drugi izravni troškovi za usluge, kao što su PDV koji se ne odbija, revizija, bankovno jamstvo, amortizacija itd. navode se pod naslovom „Drugi prihvativi troškovi organizacije predlagateljice” u Prilogu „Detaljna proračunska tablica”.
- „2. Troškovi odnosa s javnošću” obuhvaćaju sve aktivnosti povezane s tiskovnim događanjima stalnog ureda za odnose s javnošću: suradnju s utjecajnim osobama na društvenim mrežama, sastavljanje popisa s podatcima za kontakt novinara/blogera, izradu i objavu priopćenja za medije¹², informativnih listova, organizaciju intervjuja ili događanja, izradu i troškove unaprijed pripremljenih plaćenih članaka za objavu (engl. *advertisorial*), izradu i distribuciju biltena, prikupljanje i analizu novinskih napisa itd.
- „3. Troškovi za službena mrežna mjesta i društvene mreže” trebali bi uključivati izradu, redizajn, ažuriranje i održavanje službenih mrežnih mjesta i računa na društvenim mrežama. Mogli bi obuhvaćati i aktivnosti upravljanja zajednicom.
- „4. Ovlašavanje”:
 - oglašavanje na internetu navodi se u ovom podnaslovu, a ne u podnaslovu „3. Troškovi za službene mrežne stranice i društvene mreže”.
 - Tiskovno oglašavanje ne uključuje unaprijed pripremljene plaćene članke za objavu koji bi se trebali navesti u dijelu o odnosima s javnošću (vidjeti prethodno navedeno) te ne uključuje umetke u časopisima ili dnevnim novinama.
 - Troškovi povezani s televizijskim sponzorstvom navode se u podnaslovu „4. Ovlašavanje”.
- Ovlašavanje na prodajnim mjestima uključuje se u podnaslov „7. Ovlašavanje na prodajnim mjestima”.
- „7. Ovlašavanje na prodajnim mjestima”: za dane degustacije, **trebalo bi obrazložiti količine i troškove uzoraka proizvoda po danu**; jedinični troškovi trebali bi odgovarati **troškovima proizvodnje** uvećanima za prijevoz, a ne maloprodajnim cijenama tih proizvoda.
- U podnaslovu „8. Ostale aktivnosti” mogu se navesti sve druge aktivnosti povezane s prijedlogom koje nisu navedene u prethodno navedenim točkama.
- „9. Procjena rezultata” uključuje sve troškove povezane s vanjskom procjenom.

¹² Objava priopćenja za javnost trebala bi biti usmjerena na nadolazeće aktivnosti i očekivane rezultate projekta. Podnositelji prijava u svojim prijedlozima ne planiraju priopćenja za medije čija je jedina svrha najava potpisivanja ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava i primitak finansijskih sredstava EU-a.

Troškovi aktivnosti usklađeni su s opisima rezultata i usporedivi su s tržišnim cijenama u cilnoj zemlji (ciljnim zemljama).

Podnositelji prijave pažljivo provjeravaju sve dokumente koje podnose kako bi provjerili da ne sadržavaju proračunske pogreške.

Navedite **vremenski raspored projekta**: tijekom pripreme vremenskog rasporeda imajte na umu da bi u provedbi djelovanja moglo doći do kašnjenja do šest mjeseci u odnosu na datum potpisivanja ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava.

2.4. Dio C – probir

U ovom bi se odjeljku trebale navesti ciljne zemlje iz prijedloga te proizvodi koji se promoviraju.

Ako je to primjenjivo, navedite koji će se sustav promovirati te kojim će ga se proizvodima predstaviti.

Imajte na umu da se može odabrati nekoliko proizvoda. Samo proizvodi prihvatljivi u skladu s člankom 5. Uredbe [1144/2014](#) mogu biti predmet mjera promocije ili informiranja odnosno za predstavljanje sustava koji se promovira.

Odabir mora biti u skladu s odabranim tematskim područjem i proizvodima koji se opisuju u tekstovnom tehničkom dijelu vaše prijave (odjeljak 2. dijela B).

Konačno, trebali biste navesti je li djelovanje u cilju promocije proizvoda ili metoda potvrđeno kao održivo.

NAPOMENA: Dodatne informacije dostupne su u odjeljku 1.1. ovog vodiča o predloženim djelovanjima kojima se ističu održiva poljoprivredna proizvodnja i potrošnja te osigurava dosljednost između dijelova A i B.

Osim toga, za svaku ciljnu zemlju prijedloga potrebno je navesti udio u proračunu izražen u postotcima te povećanje prodaje/izvoza (izraženo u eurima) promoviranih proizvoda.

Pomno odaberite jednu ciljnu zemlju ili više njih, sustave i proizvode koji će se promovirati u okviru programa. U pozivu na podnošenje prijedloga navode se ciljne zemlje, sustavi i proizvodi prihvatljivi u okviru odgovarajućih tematskih područja.

Konačno, navedite planirane pokazatelje ostvarenja, rezultate i pokazatelje utjecaja (ključne pokazatelje uspješnosti) o kojima ćete izvještavati tijekom provedbe projekta. Ključni pokazatelji uspješnosti povezani su s ciljevima i djelatnostima opisanima u dijelu B.

2.5. Prilozi uz prijavu

Kako bi vaša prijava bila potpuna, uz nju učitajte i priloge navedene u nastavku (odgovarajući predlošci bit će vam dostupni u alatu za podnošenje prijave na portalu za financiranje i natječaje nakon što počnete pripremati svoju prijavu).

Naziv priloga	Predložak	Zahtjev u pogledu jezika	Komentari
Detaljna proračunska tablica	Da	Može se podnijeti na bilo kojem službenom jeziku EU-a, nije potreban prijevod	<i>Prilog 1. dijelu B</i>
Životopisi	Ne	Mogu se podnijeti na bilo kojem službenom jeziku EU-a. Prednost se daje engleskom jeziku i formatu Europass.	<i>Prilog 2. dijelu B</i> Vidjeti odjeljak 2.3.
Dodatne informacije	Ne	Može se podnijeti na bilo kojem službenom jeziku EU-a, nije potreban prijevod	<i>Prilog 3. dijelu B</i> Popratni dokumenti u pogledu: - izvješća o radu, uključujući popis svih projekata financiranih sredstvima EU-a u posljednje tri godine (vidjeti odjeljak 5. poziva na podnošenje prijedloga) - priznavanja nacionalnih sustava kvalitete, potvrde o održivosti ili informacija u pogledu pravilnih prehrambenih navika i odgovorne konzumacije alkohola (vidjeti uvjete iz odjeljka 6. poziva na podnošenje prijedloga).
Informacije o reprezentativnosti / Informacije o pravnom subjektu	Da	Mogu se podnijeti na bilo kojem službenom jeziku EU-a. Poželjno je priložiti prijevod na engleski jezik, a za informacije o pravnom subjektu barem sažetak na engleskom jeziku	<i>Prilog 4. dijelu B</i> Vidjeti zahtjeve navedene u pozivu na podnošenje prijedloga i u Prilogu II. ovom vodiču. Zajedno s popratnim dokumentima navedenima u nastavku.
Identičan tekst dijela B na engleskom jeziku	Da	Na engleskom jeziku	<i>Prilog 5. dijelu B</i> Vidjeti odjeljak 1.2.2. ovog vodiča

Kako bi se ocijenila prihvatljivost podnositeljâ prijava, potrebni su sljedeći popratni dokumenti i informacije o reprezentativnosti:

- privatni subjekt: izvadak iz službenog lista, preslika društvenog ugovora/statuta, izvadak iz trgovačkog registra ili registra udruga, potvrda o obvezi plaćanja

PDV-a (ako su, kao u nekim zemljama, broj u trgovačkom registru i PDV broj jednaki, potreban je samo jedan od tih dokumenata);

- javni subjekt: preslika rezolucije ili odluke o osnivanju javnog poduzeća odnosno nekog drugog službenog dokumenta kojim se osniva subjekt javnog prava;
- subjekti bez pravne osobnosti: dokumenti kojima se dokazuje da njihovi predstavnici imaju sposobnost preuzimanja pravnih obveza u njihovo ime.

U kasnijim će se fazama od podnositelja prijava koji uspješno prođu prvu fazu procjene zatražiti sljedeći finansijski dokumenti:

Naziv priloga	Predložak	Zahtjev u pogledu jezika	Komentari
Godišnji finansijski izvještaji	Ne	Može se podnijeti na bilo kojem službenom jeziku EU-a, nije potreban prijevod	Bilanca te Račun dobiti i gubitka za posljednju zatvorenu računovodstvenu godinu
Poslovni plan (novoosnovani subjekti)	Ne	Može se podnijeti na bilo kojem službenom jeziku EU-a, nije potreban prijevod	Ako ne postoje godišnji finansijski izvještaji
Izvješće o reviziji ili vlastita izjava ¹³ , za organizacije predlagateljice koje traže bespovratna sredstva u iznosu većem od 750 000 EUR	Ne	Može se podnijeti na bilo kojem službenom jeziku EU-a, nije potreban prijevod	Vidjeti odlomak u nastavku

Izvješće vanjskog revizora ili vlastita izjava

Od sudionika koji traži doprinos EU-a u iznosu većem od 750 000 EUR (prag po podnositelju prijave) zatražit će se da dostavi:

- izvješće o reviziji koje je izdao ovlašteni vanjski revizor i kojim se potvrđuju finansijski izvještaji za zadnju dostupnu finansijsku godinu ako je to izvješće dostupno i ako je zakonska revizija propisana pravom Unije ili nacionalnim pravom;
- ili
- vlastitu izjavu¹³ koju je potpisao ovlašteni zastupnik podnositelja prijave kojom se potvrđuje valjanost njegovih finansijskih izvještaja za posljednju finansijsku godinu. Vlastita izjava mora biti popraćena pravnim dokumentima iz kojih su vidljivi identitet zakonskog zastupnika i njegovo pravo da potpisuje u ime sudionika.

¹³ Predložak za vlastitu izjavu:

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

Ta se odredba ne primjenjuje na javna tijela.

3. PROCJENA I ISHODI

Svi prijedlozi koje Izvršna agencija zaprimi putem elektroničkog sustava za podnošenje prijava prolaze postupak procjene na više razina u pogledu nekoliko kriterijima navedenih u pozivu (odjeljci od 6. do 9.): kriterija prihvatljivosti te kriterija za isključenje, odabir i dodjelu.

Procjena prijedloga provodi se uz najstrože uvjete povjerljivosti.

Nakon podnošenja prijedloga, Agencija se podnositelju prijave neće javljati dok ne procijeni prijedlog, osim u sljedećim slučajevima:

- ako se Agencija mora javiti podnositelju prijave radi pojašnjenja određenih pitanja, kao što je prihvatljivost, ili kako bi zatražila dodatne informacije o bilo kojem drugom dijelu prijedloga unutar ograničenja relevantnih odredaba iz Finansijske uredbe EU-a (pojašnjenja se mogu zatražiti radi boljeg razumijevanja elemenata podnesenih prijedloga ili popratne dokumentacije, ali pojašnjenja ne smiju dovesti do znatnih izmjena prijedloga);
- ako je podnositelj prijave podnio pritužbu u pogledu postupka podnošenja prijave (vidjeti dodatne smjernice o podnošenju prijave putem portala za financiranje i natječaje).

Agencija će se podnositeljima prijave koji uspješno prođu prve faze procjene obratiti u pogledu procjene njihovih finansijskih sposobnosti. Podnositeljima prijave za multiprograme agencija će se dodatno obratiti u pogledu provjere valjanosti njihove pravne osobnosti.

3.1. Pregled postupka procjene

Svi kriteriji i obvezna dodatna dokumentacija navedeni su u relevantnom pozivu na podnošenje prijedloga. Pažljivo pročitajte te kriterije.

Prijedlozi koji ne ispunjavaju neki od kriterija isključit će se u odgovarajućoj fazi postupka procjene.

Kad je riječ o kriterijima dodjele, dodatne informacije dostupne su u Prilogu I. ovom vodiču.

Kvaliteta prijedloga ocjenjuje se u skladu s kriterijima i potkriterijima navedenima u ovom prilogu, a za svaki od osnovnih kriterija dodjele postavljen je i prag.

Podnositelje prijave potiče se da pomno prouče potkriterije dodjele i obrade ih u svojem prijedlogu.

3.2. Ishod

Nakon procjene svi se prihvatljivi prijedlozi rangiraju prema ukupnom broju bodova koji su im dodijeljeni tijekom procjene kriterija dodjele. Samo su prijedlozi koji zadovolje sve pravove prihvatljivi za sufinanciranje. Najbolje ocijenjenom prijedlogu (ili više njih) dodijelit će se sredstva za sufinanciranje, ovisno o dostupnom proračunu.

Posebna rang-lista uspostaviti će se za svaku od prioritetnih tema navedenih u odgovarajućem pozivu.

Osim toga, izraditi će se i rezervni popis prijedloga za slučaj da tijekom godine postane dostupno više proračunskih sredstava.

Nakon procjene multiprograma svi će podnositelji prijava, bez obzira na to jesu li bili uspješni ili ne, biti obaviješteni o rezultatima putem portala za financiranje i natječaje.

Kad je riječ o jednostavnim programima, nadležna nacionalna tijela obavijestit će podnositelje prijave nakon što Europska komisija doneše odluku o odabiru/odbacivanju prijedlogâ.

PRILOG I. DODATNE INFORMACIJE O KRITERIJIMA DODJELE

Kao što je navedeno u pozivu, dio B prijave služi za ocjenu prijedloga prema kriterijima dodjele. Točnije, svaki se prijedlog procjenjuje prema kriterijima i potkriterijima navedenima u tablici u nastavku, a za svaki od osnovnih kriterija dodjele postavljen je i prag. Sljedeći potkriteriji uzimaju se u obzir pri procjeni kvalitete prijedloga:

KRITERIJI	POTKRITERIJI
1. RELEVANTNOST	Maksimalan broj bodova: 25 Prag: 15
(a) relevantnost predloženih mjera informiranja i promocije za opće i posebne ciljeve navedene u članku 2. Uredbe (EU) br. 1144/2014, ciljeve navedene u članku 3. te uredbe, kao i prioritete, ciljeve i očekivane rezultate naznačene u okviru odgovarajućeg tematskog prioriteta	<ul style="list-style-type: none"> prijedlog je dobro uskladen s posebnim ciljevima i ciljevima navedenima u pravnoj osnovi te se u njemu na odgovarajući način obrađuju odabrani tematski prioritet i tema poziva na podnošenje prijedloga odgovarajući aspekti dobro su preneseni u strategiju, aktivnosti i poruke programa
(b) doprinos predloženog projekta za informiranje i promociju ostvarivanju ciljeva u pogledu klime i zaštite okoliša zacrtanih u okviru zajedničke poljoprivredne politike (ZPP), zelenog plana i strategije „od polja do stola”, posebno kad je riječ o održivosti proizvodnje i potrošnje;	<ul style="list-style-type: none"> projekt uspješno pridonosi ostvarivanju ciljeva u pogledu klime i zaštite okoliša zacrtanih u okviru zajedničke poljoprivredne politike, posebno kad je riječ o održivosti proizvodnje i potrošnje (zeleni plan i strategija „od polja do stola”) projekti koji se provode na unutarnjem tržištu uskladijeni su sa smjernicama za prehranu („Food-Based Dietary Guidelines”) u ciljnoj državi članici
(c) kvaliteta i relevantnost analize tržišta	<ul style="list-style-type: none"> analiza tržišta obuhvaća ciljno tržište / ciljna tržišta iz prijedloga; temelji se na pouzdanim podatcima o istraživanju tržišta i/ili vrijednostima uvoza/izvoza koji su navedeni u prijedlogu u analizi tržišta upućuje se na trendove i izazove za koje se u okviru programa traže rješenja; oni su izloženi u uskladijenoj analizi „SWOT“ (analiza prednosti, nedostataka, prilika i prijetnji) u analizi tržišta opisan je konkurenčki položaj organizacije predlagateljice / organizacija predlagateljica i proizvoda koji će se stavljati na tržište, drugih dobavljača iz EU-a i njihovih konkurenata iz trećih zemalja u analizi tržišta utvrđene su i dobro opisane ciljne skupine programa u analizi tržišta opisana je struktura i funkcioniranje distribucijskih i maloprodajnih kanala kad je riječ o tržištima trećih zemalja, opisuju se uvjeti uvoza, kao što su carinske i necarinske prepreke
(d) usklađenost strategije, ciljeva, ciljnih skupina i glavnih poruka programa	<ul style="list-style-type: none"> ciljevi programa u skladu su s analizom tržišta i analizom „SWOT“ ciljevi programa specifični su, mjerljivi, dostižni, usmjereni na rezultate i vremenski ograničeni (kriteriji „SMART“) strategija je usmjerena na suočavanje s izazovima utvrđenima analizom tržišta i usklađena je s ciljevima programa

	<ul style="list-style-type: none"> • u slučaju nastavka prethodnih sufinanciranih kampanja, jasno je opisan učinak prethodnih kampanja i razlog njihova nastavka • strategija i glavne poruke prilagođene su svim ciljnim tržištima i skupinama
(e) poruka EU-a u kampanji	<ul style="list-style-type: none"> • u prijedlogu se jasno opisuje predviđena glavna poruka EU-a i način na koji će se programom širiti informacije o jednoj ili više posebnih značajki oblikâ poljoprivredne proizvodnje i poljoprivrednih proizvoda u Europskoj uniji te kako će se one promicati; u porukama programa upućuje se na Europu općenito, na EU, ZPP, zakonodavstvo EU-a, proizvode EU-a ili proizvodne standarde EU-a; u skladu su s ciljevima odabранe teme
2. KVALITETA	Maksimalan broj bodova: 50 Prag: 30
(a) prikidan odabir aktivnosti s obzirom na ciljeve i strategiju programa, odgovarajuća kombinacija komunikacijskih alata, sinergija među aktivnostima	<ul style="list-style-type: none"> • aktivnosti i kombinacija komunikacijskih alata dobro su uskladene s ciljevima i strategijom programa te ciljnim skupinama • planirane aktivnosti međusobno se podupiru • ako se projekt namjerava provoditi istodobno s drugim privatnim ili javnim kampanjama, osmišljen je na način kojim se ostvaruje sinergija s takvim kampanjama
(b) sažet opis aktivnosti i očekivanih rezultata	<ul style="list-style-type: none"> • aktivnosti su dobro opisane i omogućuju odgovore na pitanja: tko, što, kada, gdje, zašto? opis je dovoljno iscrpan i omogućuje procjenu troškovne učinkovitosti aktivnosti
(c) kvaliteta predloženih evaluacijskih metoda i pokazatelja	<ul style="list-style-type: none"> • evaluacija obuhvaća ispitivanje kojim se vrednuje utjecaj programa, a koje provodi neovisno vanjsko tijelo • metodologija je u skladu s onom predloženom u Prilogu III. • predloženi pokazatelji uskladeni su s načelima navedenima u članku 22. Provedbene uredbe Komisije (EU) 2015/1831 • za planirane pokazatelje predlažu se osnovne i ciljne vrijednosti
(d) odgovarajuća dodjela proračunskih sredstava u odnosu na ciljeve i opseg aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> • proračun je učinkovito raspodijeljen na aktivnosti; odgovara opisanoj strategiji i očekivanom utjecaju
(e) jasan opis procijenjenih troškova i točnosti proračuna	<ul style="list-style-type: none"> • za svaki su očekivani rezultat troškovi opisani i iskazani u troškovima po jedinici proizvodnje • nema pogrešaka u analizi troškova u dijelu B i detaljnoj proračunskoj tablici; detaljna proračunska tablica uskladena je s proračunom izloženim u dijelu A prijedloga i s opisom u odjeljku 4. dijela B
(f) usklađenost između procijenjenih troškova i očekivanih rezultata	<ul style="list-style-type: none"> • troškovi aktivnosti u skladu su s opisom i opsegom očekivanih rezultata • troškovi pojedinačnih aktivnosti usporedivi su s uobičajenim tržišnim cijenama u ciljnoj državi

	<ul style="list-style-type: none"> • broj dana po osobi procijenjen za aktivnosti koje provodi podnositelj zahtjeva razmjeran je razini njegove uključenosti u provedbu programa; njihov je broj opravdan
(g) organizacija projekta i upravljačka struktura	<ul style="list-style-type: none"> • jasno su opisane upravljačka struktura i uloge osoblja uključenog u provedbu programa • jasno je definirana podjela zadaća između provedbenih/evaluacijskih tijela i podnositelja zahtjeva • utvrđena je učinkovita interna koordinacijska strategija u smislu upravljanja odnosima s različitim partnerima i provedbenim tijelima • opisani su odgovarajući postupci za odabir provedbenih i evaluacijskih tijela (poštovana su načela najbolje vrijednosti za uloženi novac i nepostojanja sukoba interesa)
(h) mehanizmi kontrole kvalitete i upravljanje rizicima	<ul style="list-style-type: none"> • definirani su odgovarajući postupci za nadzor rada provedbenih tijela i drugih podugovaratelja pratiti će se i kvaliteta očekivanih rezultata i poštovanje rokova i proračuna • utvrđeni su i pravilno razvrstani odgovarajući značajni rizici koji bi mogli ugroziti ishod projekta te su predstavljene mjere koje je potrebno uvesti radi njihova umanjivanja
3. UTJECAJ	Maksimalan broj bodova: 25 Prag: 15
(a) utjecaj projekta na razini EU-a	<ul style="list-style-type: none"> • program je opsežan i može dovesti do povećanja potražnje i ili tržišnog udjela • program ima velik obuhvat (npr. broj i ili relativni udio ciljnih potrošača/uvoznika/kupaca itd.) • utjecaj programa mjeri se na razini organizacije predlagateljice / organizacija predlagateljica i ili njihove države članice • program može koristiti drugim proizvođačima iz EU-a iz istog ili nekog drugog proizvodnog sektora • projekt može osigurati održiv gospodarski i društveni učinak; kada je to primjenjivo, opisana je dodana vrijednost u smislu zapošljavanja • projekt može doprinijeti održivoj proizvodnji i ili potrošnji
(b) opravdanost ukupne razine ulaganja	<ul style="list-style-type: none"> • predložena razina ulaganja opravdana je očekivanim povratom ulaganja (za programe promocije) i ili povećanom informiranošću (za programe informiranja)
UKUPNO	Maksimalan broj bodova: 100 Prag: 60

PRILOG II.: INFORMACIJE O REPREZENTATIVNOSTI

U skladu s člankom 7. Uredbe (EU) br. 1144/2014 Europskog parlamenta i Vijeća (dalje u tekstu: „Osnovni akt“) i člankom 1. Delegirane uredbe Komisije (EU) br. 2015/1829 (dalje u tekstu: „Delegirani akt“), organizacija predlagateljica mora biti reprezentativna za svoj proizvod ili sektor. U tablici u nastavku prikazan je pregled mogućnosti za dokazivanje reprezentativnosti. Članci na koje se upućuje mogu se pronaći u [Delegiranom aktu](#) i [Osnovnom aktu](#).

Vrsta organizacije	Kriteriji reprezentativnosti
trgovinska ili međutrgovinska organizacija osnovana na razini države članice ili Unije	50 % broja proizvođača ili 50 % obujma ili vrijednosti utržive proizvodnje dotičnog proizvoda odnosno proizvodâ ili sektora (članak 1. stavak 1. točka (a) podtočka i. Delegiranog akta)
	sektorska organizacija koju je država članica priznala (članak 1. stavak 1. točka (a) podtočka ii. Delegiranog akta)
	skupine u okviru sustava kvalitete EU-a: 50 % obujma ili vrijednosti utržive proizvodnje proizvoda odnosno proizvodâ čiji je naziv zaštićen (članak 1. stavak 1. točka (b) Delegiranog akta)
organizacija potrošača ili udruženje organizacija proizvođača	koje je priznala država članica u skladu s člancima 154. i 156. registracije br. 1308/2013 (članak 1. stavak 1. točka (c) Delegiranog akta)
tijelo poljoprivredno-prehrabnenog sektora	– čiji su cilj i aktivnost usmjereni ka pružanju informacija o poljoprivrednim proizvodima i njihovoj promociji – kojima je država članica povjerila jasno definiranu zadaću pružanja javnih usluga u tom području; – zakonito osnovana barem dvije godine prije datuma poziva na podnošenje prijedloga; – koja među članovima imaju predstavnike proizvoda ili sektora. (članak 7., stavak 1., točka (d) Osnovnog akta i članak 1., stavak 1., točka (d) Delegiranog akta)

Opišite kako vaša organizacija zadovoljava kriterije reprezentativnosti u predmetnoj državi članici ili na razini Unije. U tom pogledu opišite sljedeće:

- vrstu i status vaše organizacije, npr. konzorcij poduzetnika X i Y, priznanje u državi članici, reprezentativnost za sektor i slično;
- podatke o utrživoj proizvodnji, izvozu, prometu, prodaji, broju proizvođača itd.

Uključite upućivanja na izvore informacija koje navodite u svom obrazloženju. Obrazloženjem trebate obuhvatiti sve kriterije koji se primjenjuju u vašem slučaju.

Ako upućujete na priznanje u državi članici, priložite ispravu (isprave) koja to potkrepljuje, npr. presliku priznanja ili poveznicu na javno dostupan popis priznatih organizacija.

Ako vaša organizacija nije reprezentativna u skladu s prethodno navedenim kriterijima, obrazložite zašto mislite da bi se trebala smatrati reprezentativnom. Mogu se prihvati i pragovi niži od prethodno navedenih ako organizacija predlagateljica dokaže da postoje posebne okolnosti, uključujući dokaze o strukturi tržišta, na temelju kojih bi se moglo smatrati da je organizacija predlagateljica reprezentativna za predmetne proizvode ili sektor (odstupanje od pravila o 50 % iz članka 1. stavka 2. Delegiranog akta).

Ako vaš prijedlog podnosi više organizacija predlagateljica, sve opise navedite u jednom dokumentu. Informacije ne bi smjele sadržavati više od 2000 znakova po organizaciji predlagateljici.

PRILOG III.: METODOLOŠKI PRIJEDLOZI ZA EX POST IZRAČUN KORISTI

Pri evaluaciji rezultata programa promocije treba uzeti u obzir sljedeće prijedloge. Međutim, evaluacija rezultata na kraju programa i ciljeva utvrđenih na početku programa mora biti usklađena. Stoga pri izradi prijedloga programa uzmite u obzir ove preporuke za utvrđivanje ciljeva programa. Koristi se mogu izražavati tijekom razdoblja trajanja programa. Ako je primjenjivo i nužno, mogu se predstaviti i koristi nakon završetka programa.

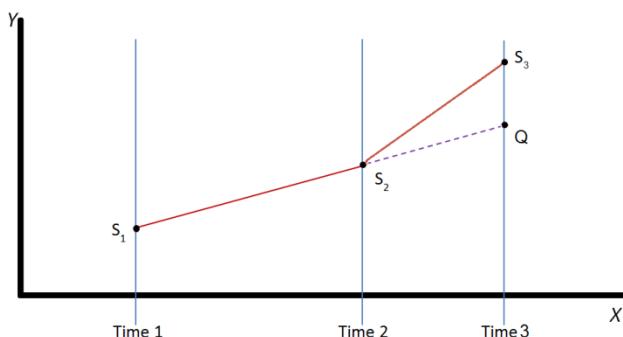
Gospodarski učinak

Programima promocije predviđa se gospodarska korist. Međutim, budući da se promocija odvija u složenom okruženju, teško je odrediti njihov stvarni gospodarski učinak. Jednostavnom usporedbom gospodarskih parametara prije i nakon kampanje ne uzimaju se u obzir varijable vanjskih utjecaja. Kako bi se mogao odvojiti stvarni učinak promidžbene kampanje od drugih utjecajnih varijabli, kao što su trendovi ili krize na tržištu, u izračunu povrata treba upotrijebiti početno stanje. Početnim stanjem procjenjuje se što bi se dogodilo kad se ne bi proveo program promocije. Potom se procjenjuje učinak usporedbom scenarija početnog stanja sa zabilježenim podacima. Ishod te evaluacije trebao bi biti izražen u EUR.

Početno stanje može se odrediti na nekoliko načina. Ovdje su opisane dvije jednostavne i intuitivne metode. Mogle bi biti primjerene i druge metode, ali trebalo bi navesti razlog za posebnu metodologiju koja je odabrana za izradu scenarija početnog stanja.

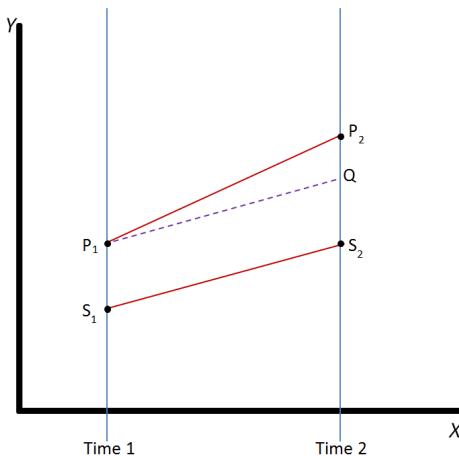
1) Povijesni trend

Ako je proizvod imao stabilan tržišni trend u dužem vremenskom razdoblju, taj bi se tržišni trend mogao projicirati u budućnost i upotrijebiti kao početno stanje. Pri tome se početno stanje Q može odrediti projiciranjem tržišnog trenda između vremena 1 (S_1) i (S_2) na vrijeme 3 (Q). Nakon toga se situacija uočena tijekom vremena 3 (S_3) može ispraviti u skladu s trendom oduzimanjem varijable Q od S_3 kako bi se dobio učinak programa. Kako je već navedeno, stabilan tržišni trend preduvjet je za ovu metodu i ona nije primjerena za vrlo nestabilna tržišta.



2) Razlika u razlici

U mnogim slučajevima ne postoje stabilni tržišni trendovi. U drugom se pristupu za utvrđivanje scenarija početnog stanja upotrebljava usporediv proizvod. Na slici u nastavku prikazano je početno stanje koje se upotrebljava u metodologiji razlike u razlici. Usporedivi proizvod (treba obrazložiti zašto je proizvod usporediv) pokazuje određen tržišni trend (S_1 do S_2). Početno stanje (Q) može se odrediti projekcijom tržišnog trenda na situaciju promoviranog proizvoda prije kampanje (P1). Učinak kampanje može se dobiti usporedbom uočenog stanja nakon kampanje (P2) s početnim stanjem, uzimajući u obzir tržišne trendove.



Uzmite u obzir komplementarnost dviju prethodno opisanih metoda. Ako je proizvod u prošlosti pokazao sličan trend kao proizvod koji se promovira/istražuje, moglo bi se tvrditi da je usporedivo da je primjereno odrediti početno stanje primjenom metode razlike u razlici.

Korist od programa jest povećanje prodaje (EUR) tijekom trajanja programa. Ne mogu se uzeti u obzir dugoročni učinci jer se evaluacija provodi na kraju programa.

Također se preporučuje uključiti povrat ulaganja (ROI) programa. On se izračunava kao omjer između povećanja prodaje ili izvoza promoviranih proizvoda tijekom razdoblja trajanja programa (povrat) i ulaganja (koje je jednako ukupnim troškovima programa).

Učinak na svijest

Konačni cilj programa informiranja jest podizanje razine svijesti. Kako biste odredili broj osoba koje su stekle novo znanje, može se provesti sljedeća anketa:

Budući da je kampanjom informiranja u većini slučajeva obuhvaćen niz tema i poruka, primanje informacija ne može se mjeriti jednim pitanjem. Umjesto toga može se upotrijebiti niz pitanja. Može se smatrati da je osoba upoznata s porukom/temom ako zna odgovor na unaprijed određen dio tih pitanja. U tablici u nastavku prikazan je primjer testa u kojemu je potreban prag od 2/3 kako bi se smatralo da je osoba upoznata s porukom/temom:

OSOBA X	Željeni odgovor	Uneseni odgovor	OSOBA Y	Željeni odgovor	Uneseni odgovor
1. pitanje	Da	Da	1. pitanje	Da	Da
2. pitanje	Da	Da	2. pitanje	Da	Ne
3. pitanje	Ne	Da	3. pitanje	Ne	Ne
Rezultat	2/3 = prolazna ocjena		Rezultat	1/3 = neprolazna ocjena	

Osoba X prošla je test, a osoba Y nije. Apsolutno povećanje broja osoba koje su prošle test između razdoblja prije i nakon kampanje označava učinak na svijest. Pitanja bi trebala biti sastavljena na način da ocjenjivanje bude jednostavno. Ona bi također trebala biti reprezentativna za teme i poruke obuhvaćene programom. Uzorak sudionika trebao bi biti reprezentativan za ciljnu skupinu / ciljne skupine. Usporedbom anketa provedenih prije i nakon kampanje trebao bi se dobiti apsolutan broj osoba koje su stekle novo znanje.

Mogu se upotrebljavati i druge vrste anketa. Međutim, one bi trebale biti opravdane na valjani način i njima bi se trebao ostvarivati isti cilj.