POPTÁVKA

na dodávku materiálů a služeb v rámci projektu

„Česko-polské sportování II., Česko-polské zpívání a kosení – grafické návrhy a propagační materiály včetně zhotovení a dodání“.

Obec Karlovice
Zastoupená:paní Janou Helekalovou – starostkou obce
IČ: 00296112
Sídlo:Karlovice 138, Karlovice, PSČ 793 23
Tel.: ☎ 554 725 392
e-mail: starostka@karlovice.eu

POPIS POPTÁVKY

Předmětem poptávky je kompletní provedení publicity v rámci projektů.

Projekt Česko-polské sportování II.:

Trička (krátký rukáv, materiál bavlna, velikost XL 50 ks, velikost L 85 ks barva bílá) s potiskem s prvky povinné publicity, znakem obce a grafickým návrhem, grafický návrh a tisk plakátů barevně 50 ks A3 jednostranně a diplomů 135 ks A4 oboustranně.

Projekt Česko-polské kosení a zpívání:

Trička (krátký rukáv, materiál bavlna, velikost L 7 ks a XL 7 ks, barva černá, velikost S 6 ks, barva oranžová), s bílým potiskem s logotypem Karlovice Jeseníky a znakem obce, klíčenky – 250 ks (přívěsky kovové broušené s potiskem se znakem Karlovic a se znakem EU, velikost 3,5x2,5 cm), grafický návrh plakátů a diplomů, tisk plakátů barevně 20 ks A3, 100 ks A4, výlep plakátů 14 dnů před konáním akce ve městech Vrbno pod Pradědem, Krnov, Bruntál.

Zájemcům bude znak obce dodán v elektronické podobě.

Předmět poptávky je realizovaný v rámci Operačního programu přeshraniční spolupráce 2007-2013 Česká republika - Polská republika pro realizaci mikroprojektů.

TERMÍNY PLNĚNÍ

Předpokládaný termín zahájení: únor 2014

Požadovaný limitní termín dokončení dodávky: do 31. 05. 2014

POŽADOVANÁ ZÁVAZNÁ ÚPRAVA NABÍDKY

Nabídka bude zpracována v českém jazyce, v jednom vyhotovení, v písemné formě, podepsána oprávněným zástupcem uchazeče.

Nabídka uchazeče se podává písemně v uzavřené obálce s výzvou „NEOTEVÍRAT!“. Tato obálka bude zřetelně označena nápisem **„Česko-polské sportování II., Česko-polské zpívání a kosení – grafické návrhy a propagační materiály včetně zhotovení a dodání“.** Obálka musí obsahovat jméno a adresu účastníka.

Dodavatel předloží doklad prokazující příslušné živnostenské oprávnění či licenci.

HODNOTÍCÍ KRITÉRIA

Základním hodnotícím kritériem této poptávky je nejnižší nabídková cena.

Předpokládaná hodnota 60 000,- Kč bez DPH.

LHŮTA PRO PODÁNÍ NABÍDEK
Lhůta pro podání nabídek končí dne: 14. 02. 2014 ve 12.00 hod.

MÍSTO PRO PODÁVÁNÍ NABÍDEK
Nabídky je možno podávat osobně do podatelny Obecního úřadu Karlovicích, a to v pracovních dnech Po a St od 8:00 hod. do 11:30 hod. a od 12:30 hod. do 17:00 hodin, v Út a Čt od 8:00 hod. do 11:30 hod.
Uchazeči mohou podat nabídku a doklady k prokázání splnění kvalifikace rovněž doporučeně poštou na adresu Obecní úřad v Karlovicích, Karlovice 138, Karlovice, PSČ 793 23, a to před termínem uplynutí lhůty, tj. do data 14. 02. 2014 doporučeným dopisem s potvrzenou doručenkou. Riziko zpoždění spojené se zdržením v podání nabídky ve stanovené lhůtě, vlivem poštovní přepravy nebo jiných obdobných doručovacích služeb, nese dodavatel.

V Karlovicích dne 06. 02. 2014

Jana Helekalová, starostka obce

OBEC KARLOVICE
793 23 Karlovice č. p. 138
IČO: 00296112

příloha:
dokument povinná publicita

Povinná opatření v rámci publicity

Obecně platí, že spolufinancování ze zdrojů EU je třeba uvádět při všech akcích souvisejících s mikroprojektem, při mediální prezentaci mikroprojektu, kdykoli jsou uvedeni i ostatní sponzoři mikroprojektu, na všech výstupních materiálech, apod.

U specifických mikroprojektů budou opatření k zajištění publicity řešena individuálně po dohodě se Správcem FMP.

Opatření za účelem propagace účasti prostředků EU na mikroprojektu jsou uvedena v Příloze č. 1 Smlouvy o financování. Tato opatření jsou pro konečného uživatele **závazná, podléhají kontrole a jejich neplnění bude mít za následek krácení výdajů, popř. předčasné ukončení Smlouvy o financování.**

Výdaje na publicitu jsou způsobilým výdajem, pokud jsou zahrnuty v rozpočtu mikroprojektu.

Logo EU, logo Programu i Euroregionu Praděd jsou umístěny na stránkách Euroregionu Praděd http://www.europraded.cz/index.php?show=FM-publicita

Popis propagačních a informačních činností pro zajištění publicity mikroprojektu i EU musí žadatel uvést v příslušné části žádosti o dotaci. V případě schválení projektu je pak příjemce dotace povinen uvedené propagační a informační činnosti dodržet, což je ze strany Správce Fondu mikroprojektů kontrolováno.

1. Veškerá informační a propagační opatření v OPPS ČR-Polsko musí zahrnovat tyto údaje:

- **symbol Evropské unie** (v souladu s grafickými normami stanovenými v příloze I Nařízení Komise (ES) č. 1828/2006) a **slovní odkaz na Evropskou unii**;
- **logo Programu**;
- **logo Euroregionu Praděd**
- **odkaz na Evropský fond pro regionální rozvoj** (ERDF) – např. "Projekt je spolufinancován z prostředků Evropského fondu pro regionální rozvoj";
- prohlášení zvolené Řídícím orgánem příslušného programu – pro OPPS ČR-Polsko bylo zvoleno prohlášení: **"Překračujeme hranice"** (v polštině "Przekraczamy granice.")

V případě malých propagačních předmětů jsou povinná pouze opatření, která jsou uvedena v první a druhé odrážce.

Příklad malého propagačního předmětu:

Rozdíl mezi logem a symbolem Evropské Unie:

Logo **Symbol**

2. Typy mikroprojektu

Mikroprojekty typu „akce“ (konference, semináře, kulturní akce apod.)

- během akce ústně informovat účastníky o spolufinancování ze zdrojů EU
- viditelně umístit vlajku EU v místě konání akce
- umístit symbol Evropské unie se slovním odkazem na EU, odkazem na Evropský fond pro regionální rozvoj“ (ERDF) a prohlášení: „Překračujeme hranice“
- na všech dokumentech vydaných v souvislosti s akcí (např. plakáty, pozvánky, materiály pro účastníky akce, články v tisku apod.) umístit symbol Evropské unie se slovním odkazem na EU, logo Programu, logo Euroregionu Praděd, text: „Projekt je spolufinancován z prostředků Evropského fondu pro regionální rozvoj“ (ERDF) a prohlášení: „Překračujeme hranice“.

Př. č. 1

„Projekt je spolufinancován z prostředků ERDF“

„Překračujeme hranice“

Př. č. 2

Mikroprojekty typu „tiskoviny“ (propagační a studijní materiály, mapy,apod.)

- doporučujeme umístit symbol Evropské unie se slovním odkazem na Evropskou Unii, logo Programu, logo Euroregionu Praděd, odkaz na Evropský fond pro regionální rozvoj“ (ERDF) a prohlášení: „Překračujeme hranice“ na **titulní** straně tiskovin

- dále uvést odpovědnost konečného uživatele za obsah tiskoviny (např. textem „Za obsah tohoto dokumentu je výhradně odpovědný [vložit název konečného uživatele])“

Mikroprojekty typu „internet“

- na úvodní stránku www umístit symbol Evropské Unie se slovním odkazem na Evropskou Unii, logo Programu, logo Euroregionu Praděd, odkaz na Evropský fond pro regionální rozvoj“ (ERDF) a prohlášení: „Překračujeme hranice“. Tato propagační opatření uvádět také na všech materiálech předávaných elektronickou cestou

- dále uvést odpovědnost konečného uživatele za obsah dokumentů na www nebo předávaných elektronickou cestou (např. textem „Za obsah těchto dokumentů je výhradně odpovědný [vložit název konečného uživatele])“

Mikroprojekty typu „infrastruktura, stavební práce“

- V případě, že mikroprojekt (operace) spočívá ve financování infrastruktury nebo stavebních pracech, je partner povinen postavit reklamní panel v místě provádění

každé operace. Tyto reklamní panely musí obsahovat veškeré povinné údaje (**symbol Evropské Unie, slovní odkaz na Evropskou Unii, logo Programu, logo Euroregionu Praděd, odkaz na Evropský fond pro regionální rozvoj", prohlášení: "Překračujeme hranice"**), druh a název prováděné operace, které zabírají nejméně 25 % panelu a musí být na místě realizace projektu umístěny po celou dobu realizace mikroprojektu. Po dokončení operace se nahradí dobře viditelnou a dostatečně velkou stálou vysvětlující tabulkou (min. 40x30 cm, trvanlivý materiál).

3. Další aspekty povinné publicity neřešené v nařízení

Umístění loga EU

- logo EU musí být minimálně stejně veliké jako loga ostatních subjektů;
- logo EU musí být umístěno na dobře viditelném místě, aby byl naplněn cíl informovat o zdroji financování projektu. V případě publikací a dalších tištěných materiálů je doporučeno uvádění na přední straně;
- u předmětů jednorázové spotřeby stačí logo na obalu, uživatel se dozví, odkud je daný předmět financován, spotřebuje ho a obal zahodí, např. lízátka, bonbony;
- u předmětů trvalejší povahy je nutno, aby logo EU bylo součástí předmětu a nebylo uvedeno jen na obalu, např. tužky, trička, tašky, bloky, hračky apod.;
- u předmětů, kde je obal součástí propagačního předmětu (např. kazeta s medailí, krabička s CD bez potisku. Je-li na CD potisk s textem či jinými logy, musí být natištěna i povinná publicita) musí být logo uvedeno minimálně na obalu;
- logo lze také umístit na předmět pomocí samolepky (např. lampa se samolepkou).

Dodržování povinné publicity v denním tisku a v TV:

- ŘO/NO nebude hodnotit ani sankcionovat dodržování povinné publicity v denním tisku ani v TV vysílání. Ze zkušeností z projektů vyplývá, že příjemce dotace nemá většinou možnost autorizace nebo ovlivnění finální podoby novinového článku nebo TV vysílání.
- Dodržování povinné publicity se hodnotí pouze v případě, že příjemce vysílání nebo článek v tisku financuje a má tudíž jako zadavatel právo a možnost výsledný produkt ovlivnit.

4. Posuzování dodržení náležitostí povinné publicity

Při kontrole se povinná publicita posuzuje z následujících hledisek:

- z hlediska jednotlivých **výstupů projektu** – výstupem projektu se rozumí to co slouží k naplnění cílů projektu (např. vydaná publikace, mapa, kulturní akce, školení, postavená infrastruktura, pořízené zařízení apod.). Projekt může mít více výstupů a v tom případě se povinná publicita posuzuje u každého samostatně. Cílem je posoudit, zda byla veřejnost či účastníci akce informováni o zdrojích financování daného výstupu projektu a pokud ano, zda tyto informace splňovaly veškeré náležitosti povinné publicity
- z hlediska jednotlivých **prostředků (nosičů) publicity** – prostředkem publicity se rozumí např. plakáty, letáky, pozvánky apod., tj. předměty jejichž cílem je upoutat pozornost veřejnosti a potenciálních účastníků na daný projekt, resp. jeho dílčí výstupy. Posuzuje se, zda tyto prostředky publicity obsahují veškeré náležitosti

povinné publicity.

- z hlediska **propagačních předmětů** – propagačním předmětem se rozumí předměty, které nejsou z hlediska naplnění cílů projektů nezbytné, ale jejich přidaná hodnota spočívá v posílení povědomí o projektu. Mezi propagační předměty patří např. psací potřeby, trička a jiné oděvy, tašky, cukrovinky, atp. Opět se posuzuje, zda tyto prostředky publicity obsahují veškeré náležitosti povinné publicity. Stejným způsobem jako propagační předměty se posuzují i dary, ceny v soutěžích apod.

5. Sankce při nedodržení náležitostí povinné publicity

- v případě nedodržení publicity u **konkrétního výstupu projektu** se rozděluje pochybení dle závažnosti na 3 skupiny a ke každé skupině stanovuje %, o které se krátí výdaje přímo vynaložené v souvislosti s pořízením výstupu[1]:
  - publicita úplně chybí – výdaje se krátí ve výši 10 %,
  - publicita je nekompletní (nesplňuje všechny náležitosti uvedené v čl. 9 Nař. 1828/2006) – výdaje se krátí ve výši 6 %,
  - publicita je nepředpisová (nesplňuje náležitosti uvedené v příloze č I. nařízení 1828/2006 a čl. 8 (velikost loga EU)) - výdaje se krátí o 2 %.

- v případě nedodržení publicity u **konkrétního prostředku publicity** či **propagačního předmětu** je výše sankce stejně jako v prvním případě rozdělena do 3 kategorií a ke každé kategorii náleží příslušné %, o které se krátí výdaje na daný prostředek publicity nebo propagační předmět:
  - publicita úplně chybí – výdaje se krátí ve výši 100 %,
  - publicita je nekompletní – nesplňuje všechny náležitosti uvedené v čl. 9 Nař. 1828/2006 – výdaje se krátí ve výši 50 %,
  - publicita je nepředpisová – nesplňuje náležitosti uvedené v příloze č I. nařízení 1828/2006 a čl. 8 (velikost loga EU) – výdaje se krátí ve výši 25 %.

Poškození nástrojů publicity cizí osobou

- V případě, že dojde k poškození některého z nástrojů publicity cizí osobou, je příjemce povinen dát tento nástroj do původního stavu minimálně na dobu udržitelnosti projektu.
- Pro tyto případy doporučuje ŘO nástroje publicity pojistit standardním způsobem.

Rady a upozornění

- Při užití všech log vždy zachovejte jejich dostatečnou čitelnost, tzn. nepoužívejte menší rozměr, než je uveden v příslušném manuálu!

- Logo OPPS ČR-PR je vždy nutné doplnit logem EU s příslušnými texty, přičemž logo EU by mělo být umístěno vpravo od loga OPPS ČR-PR ve vzdálenosti odpovídající šířce symbolu (vlajky) EU v logu (Př.č.1,2). Pokud takové umístění není možné

[1] Pokud nelze výdaje spojené s daným výstupem jednoznačně oddělit, uplatňuje se uvedené % na celkové způsobilé výdaje daného partnera.

(např. u úzkých, vyšších předmětů), je možné zvolit jiné vhodné vzájemné umístění obou log (Př. č. 3).

Př. č. 1

Př. č. 2

Př. č. 3

- Pokud logo OPPS ČR-PR a logo EU doplníte také logem Euroregionu Praděd, umístění tohoto loga není nijak povinně stanoveno.

Př. č. 1

Př. č. 2

Př. č. 3

- **Nikdy nepoužívejte symbol EU bez příslušných textů, tj. bez slovního odkazu na EU (týká se malých propagačních předmětů) nebo bez slovního odkazu na EU, na Evropský fond pro regionální rozvoj a motto programu (Překračujeme hranice)!**

Špatně **Správně**

- Příslušné texty užívané se symbolem EU jsou v české, polské nebo česko-polské mutaci. Dle užití vyberte vhodnou variantu - např. na dvojjazyčné pozvánce je vhodné použít také symbol s dvojjazyčným textem, v publikaci vydávané zvlášť v českém a zvlášť v polském jazyce použijte příslušnou jednojazyčnou mutaci apod.

Dvojjazyčná varianta

1.

2.

- Nezapomeňte na propagační a informační činnosti, které jste uvedli ve své projektové žádosti. Na veškerá dodržení náležitostí publicity, toto podléhá kontrole ze strany Správce Fondu a v případě nesplnění bude uplatněna sankce v podobě krácení dotace (viz. tabulka Sankce za nedodržení publicity).
- Barevnost loga programu a symbolu a loga EU je přesně stanovena v Pravidlech reprodukce symbolů (viz. http://www.europraded.cz/index.php?show=FM-publicita)
- Vyvarujte se deformace použitých log!!
- **V případě jakýchkoli nejasností či pochybností o správnosti použité publicity kontaktujte Správce Fondu, který vám obratem sdělí/zašle své vyjádření.**

Vypracovala: Jarmarová Zdeňka, 30. 7. 2010