

V Z O R

PROJEKT REALIZÁCIE

OPATRENÍ PROPAGÁCIE NA TRHOCH TRETÍCH KRAJÍN

IDENTIFIKAČNÉ ÚDAJE ŽIADATEĽA

Názov
Sídlo
IČO
DIČ
Štatutárny zástupca
Telefón/fax
e-mail

STRUČNÝ OPIS ŽIADATEĽA

Žiadateľ uvedie históriu, súčasný stav výroby, postavenie a pôsobenie na trhu SR, EÚ ako i v tretích krajinách, uvedie úspechy na výstavách v rámci SR a v zahraničí.

CIEĽ PROJEKTU

Uvedie cieľ projektu, ktorý musí byť v súlade s národným podporným programom a spĺňať kritériá podľa čl. 4 (a) až (f) nariadenia 555/2008:

- a) produkty sú určené na priamu spotrebu, existujú pre ne vývozné príležitosti alebo potenciálne nové odbytiská v cieľových tretích krajinách a majú vysokú pridanú hodnotu;
- b) v prípade vína so zemepisným označením je pôvod produktu uvedený ako súčasť informačnej alebo propagačnej operácie;
- c) podporovaná operácia je jasne vymedzená vrátane určenia produktov, ktoré sa môžu zahrnúť, marketingovej operácie a odhadovaných nákladov;
- d) podpora propagácie a šírenia informácií pre daného príjemcu v danej tretej krajine trvá najviac tri roky;
- e) informačné a/alebo propagačné odkazy sa zakladajú na vnútorných kvalitách vína a sú v súlade s právnymi predpismi uplatniteľnými v tretích krajinách, na ktoré sa zameriavajú;
- f) príjemcovia musia byť dostatočne spôsobilí vyrovnáť sa so špecifickými obmedzeniami obchodu s tretími krajinami a mať zdroje na zabezpečenie toho, aby sa opatrenie realizovalo čo najúčinnejšie. Členské štáty predovšetkým kontrolujú, či je k dispozícii dostatok produktov z hľadiska kvality a kvantity na dlhodobé pokrytie dopytu na trhu po propagačnej operácii.

Opatrenie	Cieľové krajiny
nadviazanie vzťahov s verejnosťou formou propagácie alebo reklamy	
účasť na podujatiach, veľtrhoch alebo výstavách s medzinárodným významom	
informačné kampane zamerané na systémy EÚ vzťahujúce sa na označenie pôvodu, zemepisné označenie a ekologickú výrobu	
prieskum nových trhov potrebné na rozšírenie odbytísk	

V rámci projektu sa predkladá pre jednotlivé opatrenia:

- vypracovaný návrh aktivít, ako sú účasť na podujatiach, veľtrhoch alebo výstavách s medzinárodným významom s cieľom obchodných rokovaní,
- vypracovaný projekt na informačné kampane na spôsob označovania pôvodu, zemepisného označovania a tradičných výrazov slovenských vín,
- vypracovaný projekt so zadanými cieľmi zdôrazňujúcimi prednosti ekologickej výroby slovenských vín,
- vypracovanú štúdiu spolu so zadanými cieľmi a predpokladaných pozitív v prípade prieskumov nových trhov,
- dopadová štúdia pre každú činnosť.

DÔVODY REALIZÁCIE

Žiadateľ uvedie podrobné dôvody na realizáciu opatrení v tej ktorej krajine podľa týchto bodov:

- východisková situácia, SWOT analýza,
- zdokladuje, že disponuje dostatočným množstvom produktov z hľadiska kvality a kvantity na dlhodobé pokrytie dopytu na trhu po propagačnej operácii,
- zdokladuje, resp. iným spôsobom preukáže pripravenosť na špecifické obmedzenia obchodu s tretími krajinami,
- predstaví marketingové stratégie,
- uvedie spôsob realizácie propagácie,
- odôvodnení výber cieľovej krajiny, cieľovej skupiny a vybraných prostriedkov,
- podrobne opíše cieľový trh a cieľové skupiny,
- stanoví a uvedie merateľné ukazovatele, ktorými sa preukáže odôvodnenosť a predpokladanú úspešnosť opatrení, poskytne zdroje informácií, z ktorých vychádzal pri jednotlivých ukazovateľoch (počet plánovaných aktivít, druh a rozmanitosť

- plánovaných aktivít, rozpočet a nákladová efektívnosť, administratívna, odborná a technická kapacita)
- zoznam výrobkov určených na podujatie, s tým, že uprednostnené budú projekty na propagáciu vín s chráneným označením pôvodu a tradičným výrazom „akostné víno s prívlastkom“.

ZDROJE FINANCOVANIA

Žiadateľ zdokladujem že disponuje dostatočnými zdrojmi na účinné realizovanie opatrení:

- 1) Rozpočet s dôrazom na efektívnosť a hospodárnosť
- 2) Administratívna, odborná, finančná a technická kapacita žiadateľa na realizáciu projektu

DOPADOVÉ ŠTÚDIE KU KAŽDÉMU OPATRENIU:

Ku každému opatreniu priloží dopadové štúdie, z ktorých jednoznačne vyplývajú jednotlivé vplyvy opatrení:

Technický dopad

- modernizácia dizajnovej zložky výrobkov

Ekonomický dopad

- zvýšenie odbytu
- stabilizácia podnikania

Environmentálny dopad

- uprednostňovanie výroby environmentálne vhodných výrobkov

Sociálny dopad

- udržanie zamestnanosti v regióne