

## Evropské příležitosti regionu představily nový způsob proplácení dotací z ROP Moravskoslezsko

Konference Evropské příležitosti regionu se uskutečnila ve čtvrtek 29. října v Nové aule Vysoké školy báňské – TU Ostrava. Třetí ročník akce se odehrál v obměněném formátu a vynesl na světlo mnoho zajímavých témat. A také jednu novinku, Regionální rada Moravskoslezsko zde představila nový způsob proplácení dotací z Regionálního operačního programu (ROP) Moravskoslezsko.

Namísto dvou jednodenní akce, ale o nic méně bohatý program. Účastníci konference – a přišlo jich přes čtyři sta – si v něm vybírali z témat, vystřížených na míru zvláště praktickým potřebám žadatelů o dotace a příjemců dotací z ROP Moravskoslezsko, aniž by bylo zapomenuto na obecnější otázky evropské regionální politiky nebo aktuálního stavu čerpání dotací v Moravskoslezsku i celé ČR.

Nový model proplácení peněz z ROP Moravskoslezsko vyčnívá nad ostatními tématy jednak svou aktuálností, zejména ale významem. Po jeho zavedení ještě před koncem letošního roku bude Regionální rada Moravskoslezsko hradit faktury spojené



s projekty přímo dodavatelům. V praxi to znamená výrazné snížení nákladů na straně příjemců dotací. Zatímco až dosud mnohdy museli celý projekt předfinancovat ze svého, nyní jim postačí mnohem méně vlastních zdrojů a nebudou muset tratit na úrocích z úvěrů. Podrobnosti k nově zaváděnému modelu proplácení dotací z ROP Moravskoslezsko přinese Apropó 12/2009.

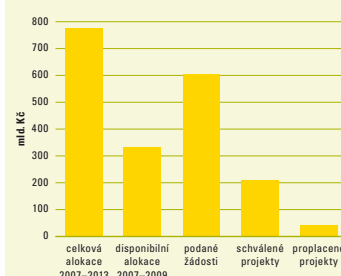
O dalších tématech a dění na konferenci Evropské příležitosti regionu se dočtete na straně 4 aktuálního vydání zpravodaje Apropó. (MSO)



### AKTUALITY

#### Zájem o dotace v ČR roste

Příjemcům dotací z Evropské unie bylo aktuálně propláceno 42,4 miliard korun z celkových 776,6 miliard korun, přidělených pro léta 2007–2013 sedmácti operačním programům v ČR, na něž dohlíží Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Informuje o tom měsíční monitorovací zpráva ministerstva. Za Regionální operační program (ROP) Moravskoslezsko bylo doposud vyplaceno přes 1,2 miliardy korun.



#### Souhrnný stav čerpání evropských dotací (MSC 2007, 6.10.2009)

Ve všech sledovaných programech bylo zatím předloženo 28 074 žádostí o podporu, z toho v této konkurenci uspělo 13 103 žadatelů, kterým na realizaci projektů přispěje až 210,8 miliardy korun.

Je také zřejmé, že zájem žadatelů o peníze ze strukturálních fondů roste, v meziměsíčním srovnání (srpen až září 2009) se stav předložených žádostí o dotaci zvýšil o 5,3 %, stav schválených projektů vzrostl o 4 %. Největší zájem o finanční prostředky vykazují Operační programy Životní prostředí, Podnikání a inovace a ROP Jihozápad. (SMU)

## Mezinárodní ocenění EPSA 2009 patří Regionální radě Moravskoslezsko

Regionální rada Moravskoslezsko získala mezinárodní ocenění European Public Sector Award (EPSA) 2009 za inovativní a efektivní přístup k řízení ve veřejné správě. Slavnostní vyhlášení druhého ročníku soutěže evropských organizací působících ve veřejném sektoru proběhlo 4. listopadu 2009 v Maastrichtu.

Organizace zaujala svým pojetím Inspired by business, neboli způsobem řízení inspirovaným dobrou praxí ze soukromé sféry. Dočkala se uznání za dlouhodobé nastavení strategických cílů, k jejichž naplňování přispívá definovaná organizační strategie, systematický způsob plánování a zvolená organizační struktura. Inovativní přístup odráží hlavně schopnost organizace produkovat nová řešení. To vše je založeno na pevných základech práce s lidskými zdroji.

„Naši schopnost efektivně vést a rozvíjet své zaměstnance, kterou jako jedno z kritérií letos ocenila EPSA, potvrdilo již v říjnu minulého roku získání mezinárodního standardu Investors in People. V obou případech jsme první organizací veřejné správy v České republice, které se tato ocenění podařilo získat,“ vyzdvihuje David Svntek, ředitel Úřadu Regionální rady Moravskoslezsko. (MSO)



David Svntek přebírá cenu EPSA 2009



## HARMONOGRAM VÝZEV ROP MORAVSKOSLEZSKO

**7.9.–4.12.** Dílčí oblast podpory 1.1.2 **Bezpečnost na komunikacích, cyklo a pěší doprava (místní komunikace – Domy velké vody)**. Výzva určená pouze pro obce Jeseník nad Odrou, Kunín a Životice u Nového Jičína. Alokace: 32 milionů korun.

**8.10.–4.12.** Dílčí oblast podpory 1.1.1 **Výstavba, modernizace a rekonstrukce komunikací II. a III. třídy**. Alokace: 750 milionů korun.

**8.10.2009–15.1.2010** Dílčí oblast podpory 2.2.1 **Výstavba, revitalizace a modernizace turistické infrastruktury, atraktivit cestovního ruchu včetně revitalizace památek pro účely cestovního ruchu** (pouze pro projekty nezakládající veřejnou podporu). Alokace: 150 milionů korun.

**8.10.–24.11.2009** Dílčí oblast podpory 2.1.3 **Zajištění efektivnosti a dostupnosti poskytování zdravotnických služeb (podpora pořízení vozidel RZP, RLP a vozidel setkávacího systému Rendezvous pro zdravotnická zařízení)**. Alokace: 50 milionů korun.

**8.10.–24.11.2009** Oblast podpory 1.2 **Rozvoj a dostupnost letišť Ostrava (stroje a zařízení II)**. Alokace: 269 milionů korun.

**10.11.2009–15.1.2010** Dílčí oblast podpory 2.2.2 **Rozvoj ubytovacích služeb**. Alokace: 100 milionů korun (omezení max. výše dotace na 15 milionů korun).

**10.11.2009–15.1.2010** Oblast podpory 3.2 **Infrastruktura vzdělávání a volného času (v obcích a městech s 5–50 tisíci obyvateli)**. Alokace: 400 milionů korun.

Podrobné informace naleznete na [www.dobra-rada.cz](http://www.dobra-rada.cz).

### Dobrá rada pro žadatele

## Marketingová analýza poskytuje argumenty pro realizaci projektu

**Cílem Regionálního operačního programu Moravskoslezsko je podpořit ty nejlepší, nejkvalitnější a nejpotřebnější projekty. Nestačí přitom pouze konstatovat, že projekt je potřebný. Toto tvrzení musí být v žádosti o dotaci podloženo relevantními informacemi, které prokáží oprávněnost projektu z marketingového hlediska.**

Každý podnik stojící před rozhodnutím vstoupit či nevstoupit na trh si odpovídá na otázky, zda existuje poptávka po jeho produktu, jaká je jeho konkurence nebo jaké faktory mohou daný trh ovlivnit do budoucna. Problematika marketingu je však při tvorbě žádosti o dotaci podceňována a opomíjena. Přitom i v případě veřejných statků a služeb vzniká potřeba zabývat se otázkami, pro koho je služba určena, jaký problém tomuto subjektu řeší, v jakém rozsahu bude o tuto službu zájem, po jakou dobu apod. Odpovědi na tyto otázky musí hodnotitel předloženého projektu nalézt v kapitole věnované marketingové analýze, která je nedílnou součástí studie proveditelnosti.

V rámci této kapitoly by měl žadatel v první řadě provést analýzu makroprostředí. Dalším krokem je definování cílových skupin, na základě kterých se již může provést odhad poptávky. Potřebnost projektu musí být podložena i analýzou konkurence a konečně posledním krokem marketingové analýzy je stanovení marketingového mixu, tedy produktu, ceny, distribuce a komunikace.

### NEJČASTĚJŠÍ CHYBY ŽADATELŮ V RÁMCI MARKETINGOVÉ ANALÝZY

- údaje o **makroprostředí** se nevztahují k projektu (např. demografické údaje jsou za celý Moravskoslezský kraj, ale projekt se týká jen určité obce),
- obecné **definování cílové skupiny**, chybí jejich přesné definování, některé cílové skupiny jsou opomíjeny,
- jako zdroj primárních údajů pro **odhad poptávky** je používána anketa, chybí nebo je špatně zvolena metodika primárního výzkumu; pro odhad poptávky jsou často dostačující sekundární data, což je při zpracování žádosti opomíjeno,
- analýza **konkurence** uvádí prostý výčet konkurenčních subjektů; zcela chybí analýza substitutů, tedy alternativních



Lucie Kiliánová, projektová manažerka Úřadu Regionální rady Moravskoslezsko

výrobků a služeb, které uspokojují stejnou potřebu,

- **produkt** není jasně specifikován, zahrnuje popis pouze fyzického produktu, nikoliv popis služby, kterou poskytuje,
- chybí podložení způsobu stanovení **ceny**,
- **distribuce** neřeší dostupnost služby pro zákazníky a vhodnost lokalizace služby,
- **komunikace** bývá zaměřována s publicitou a neuvádí konkrétní komunikační nástroje, pomocí nichž budou informovány cílové skupiny o nabízených službách,
- nedostatečně podložené údaje neposkytují argumenty pro realizaci projektu a nezdůvodňují jeho potřebnost.

Aby žadatelé poskytli dostatek argumentů pro realizaci projektu a získali body v příslušné kategorii v rámci hodnocení, musí se především opírat o relevantní údaje vztahující se k projektu. Nemá smysl popisovat definice ze skript a nadměrně používat „slovní vatu“. Kvalita marketingu totiž není jen součástí bodového hodnocení, ale v případě velkých projektů vstupuje i do výpočtu socioekonomických přínosů. Nepodložený odhad poptávky neposkytuje pádné argumenty pro vznik přínosů a může se stát příčinou nepřijatelnosti celého projektu. [\(LKI\)](#)



## AKTUALITY

### Půl miliardy do vzdělávání

Zastupitelstvo Moravskoslezského kraje rozhodlo 14. října o přerozdělení 513 milionů korun z Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost na projekty do oblasti vzdělávání. Jedná se o druhou část z celkové sumy 2,1 miliardy Kč, které kraj rozdělí do roku 2015 na zkvalitňování systému vzdělávání. Další výzva je plánována na polovinu roku 2010. Více informací na stránkách [www.nuts2moravskoslezsko.cz](http://www.nuts2moravskoslezsko.cz) pod odkazem OP VK.

### Projekty přeshraniční spolupráce

Do 20. listopadu 2009 je možné předkládat projektové žádosti v rámci Operačního programu přeshraniční Česká republika – Polsko tak, aby byly vyhodnoceny na zasedání monitorovacího výboru v dubnu 2010. Kompletní projektové žádosti (3x originál) včetně všech požadovaných příloh (1x originál, 2x kopie) žadatelé předkládají osobně na Jednotný technický sekretariát (JTS) v Olomouci. V případě českých vedoucích partnerů lze projektovou žádost předložit osobně také v Centru regionálního rozvoje v Ostravě, Hradci Králové a Liberci. Při doručení poštou se projektové žádosti adresují pouze JTS v Olomouci. Před předložením projektové žádosti se nabízí možnost konzultací s příslušným regionálním subjektem – na české straně se jedná o krajské úřady. Bližší informace k programu naleznete na [www.cz-pl.eu](http://www.cz-pl.eu).

### Nová strategie cestovního ruchu

Krajské zastupitelstvo schválilo v polovině října Marketingovou strategii rozvoje cestovního ruchu, která bude udávat směr rozvoje turizmu do roku 2015. Třemi klíčovými oblastmi nové strategie jsou spolupráce mezi aktéry v cestovním ruchu, propagace kraje a především vznik nových atraktivit. Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu je k dispozici on-line na webu Moravskoslezského kraje [www.kr-moravskoslezsky.cz](http://www.kr-moravskoslezsky.cz) v sekci Veřejná správa – Cestovní ruch.

### Dobrá rada pro příjemce

## Na slavnostním zahájení prodejte projekt i sebe, ale nezapomeňte ani na publicitu

**S rostoucím počtem projektů realizovaných s finančním přispěním z Regionálního operačního programu (ROP) Moravskoslezsko přibývá i množství veřejných akcí souvisejících se slavnostním otevřením či zahájením provozu. Poslední tečka za realizací projektu je sladkým vyvrcholením a také jedinečnou příležitostí pro nositele projektu, aby zviditelnil sebe, stejně jako výstupy a výsledky svého snažení. Ani při této příležitosti však není možné zapomenout na podíl z evropských zdrojů, který na realizaci projektu přispěl, a poskytovatele dotace patřičně zdůraznit pomocí **prvků povinné publicity**.**

Publicita projektů je ze strany příjemců často vnímána pouze jako nutná povinnost vyplývající z nařízení Evropské komise nebo metodik řídicího orgánu bez dalšího významnějšího dopadu a efektu. Toto je obvyklé, přesto nesprávné vnímání povinné publicity. Evropská komise na realizaci podpořených projektů přispívá nemalým dílem, což jí dává právo domnívat se, že publicita je jednou z klíčových součástí projektu. Správně realizovaná publicita projektů totiž výrazným způsobem přispívá k pozitivnímu vnímání a snadnějšímu pochopení evropské regionální politiky laickou veřejností. Na druhou stranu je také tím jediným poděkováním, kterého se touto formou EU dostane od příjemce dotace. Ze všech těchto důvodů je proto povinnou publicitu nutné beze zbytku naplnit.

Slavnostní otevření či zahájení provozu nabízí samo o sobě jedinečnou příležitost ke zviditelnění úspěšného projektu, vlastní reklamě nebo k přilákání budoucí klientely, která se slavnostního otevření nezřídka účastní. Je proto přímo žádoucí slavnostně projekt otevřít a představit veřejnosti přínosy a dopady celého projektu.

Na povinnou publicitu je nutné pamatovat už při přípravách slavnostního otevření a opatřit



Michal Sládek, marketingový manažer Úřadu Regionální rady Moravskoslezsko

veškeré pozvánky, tiskové zprávy, prezenční listiny, inzeráty v médiích a související výstupy grafickými prvky povinné publicity, tedy informačním bannerem v případě ROP Moravskoslezsko. Zájmu veřejnosti při otevření je pak vhodné v maximální možné míře využít i pro potřeby publicity projektu. Děje se tak jednak ústní zmínkou – většinou v projevu hlavního řečníka – a dále grafickou formou, neboli viditelným instalováním vlajky Evropské unie a vlajky ČR, případně umístěním loga ROP Moravskoslezsko v místě slavnostního zahájení.

Ve vztahu k hromadným veřejným akcím je efekt správně realizované publicity nezaměnitelný. Navíc je často násobený aktivním zájmem veřejnosti a hojnou účastí médií na slavnostním otevření. (MSL)



Povinná publicita v rámci veřejných akcí je nejlépe naplněna instalováním vlajky EU a ČR.



Již samotná pozvánka na slavnostní otevření musí obsahovat prvky povinné publicity (informační banner).



## O co přišel, kdo nepřišel aneb Konference obrazem i v číslech

Třetí ročník konference **Evropské příležitosti regionu** se 29. října 2009 uvedl v obměněném formátu a s rozličnými tématy. Nová aula **Vysoké školy báňské – TU Ostrava** se zaplnila více než čtyřmi sty účastníky akce. Témata konference – možnosti využití dotací z Regionálního operačního programu Moravskoslezsko a jiných operačních programů a evropská regionální politika – rozvedli mluvčí konference hned v několika úrovních.

Dopolední blok patřil tématům politického, odborného a akademického zaměření, odpoledne zejména praxi a pracovním laděným workshopům. Souběžně se uskutečnila také tři moderovaná diskuzní fóra, určená nejen příspěvkům mluvčích, ale hlavně samot-

ným účastníkům konference a jejich názorům a dotazům. Neformální a otevřenou atmosféru konference dotvářela výstava Ze života úspěšných projektů, infostánek Regionální rady Moravskoslezsko nebo také sami univerzitní studenti, kteří se konference také zúčastnili. Pořadatelem konference Evropské příležitosti regionu je Regionální rada Moravskoslezsko.

Prezentace jednotlivých mluvčích a podrobné hodnocení účastníků konference naleznete na stránkách [konference.dobra-rada.cz](http://konference.dobra-rada.cz) v sekci výstupy konference. Své náměty k dalšímu ročníku konference zasílejte na e-mail [konference@dobra-rada.cz](mailto:konference@dobra-rada.cz).

(MSO)



SEKCE	ZNÁMKA
úvodní blok	1,71
evropská regionální politika	1,25
fórum žadatelů	1,19
fórum příjemců	1,3
fórum CBA	1,74
sekce pro školy a NNO	1,43
finanční řízení projektu	2,05
oceňování přínosů projektu	1,75
marketingová analýza	1,22
veřejné zakázky	1,11
publicita projektu	1
<b>CELKOVÉ HODNOCENÍ</b>	<b>1,46</b>

Známku u jednotlivých sekcí tvoří průměr čtyř hodnotících hledisek (využitelnost informací, kvalita přednášejících, kvalita moderátora a celková úroveň sekce). Celkové hodnocení je váženým průměrem všech známek. Do hodnocení se zapojilo 40 účastníků konference, kteří hodnotili známkou 1–5.



**CHCETE ČERPAT PENÍZE Z EVROPSKÝCH FONDŮ?**

**PŘIPRAVUJETE PROJEKT, KTERÝ JE MOŽNÉ PODPOŘIT Z ROP MORAVSKOSLEZSKO?**

**PŘIJĎTE...**

**ÚŘAD REGIONÁLNÍ RADY REGIONU SOUDRŽNOSTI MORAVSKOSLEZSKO**  
Hrabákova 1, Ostrava

**ZAVOLEJTE...**

**tel.: 552 303 546**

**NAPIŠTE...**

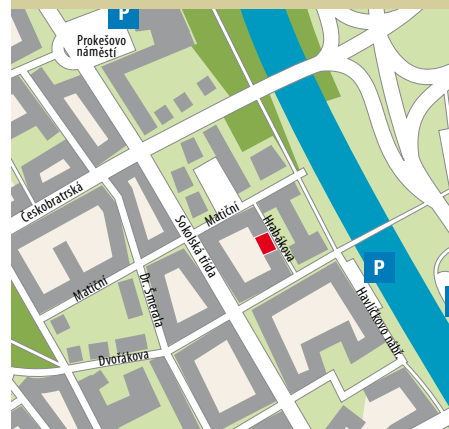
**e-mail: [info@dobra-rada.cz](mailto:info@dobra-rada.cz)**

**PODÍVEJTE SE...**

**[www.dobra-rada.cz](http://www.dobra-rada.cz)**

**OHODNOŤTE NÁS...**

**email: [moje.rada@dobra-rada.cz](mailto:moje.rada@dobra-rada.cz)**



**Vydavatel:**

**REGIONÁLNÍ RADA REGIONU SOUDRŽNOSTI MORAVSKOSLEZSKO**  
Hrabákova 1, 702 00 Ostrava  
tel.: 552 303 501  
fax: 552 303 503  
IČO: 75082616

**Redakce:**

**ÚŘAD REGIONÁLNÍ RADY MORAVSKOSLEZSKO**  
Hrabákova 1, 702 00 Ostrava  
[press@dobra-rada.cz](mailto:press@dobra-rada.cz)  
tel.: 552 303 549

**Kontaktní osoba:**

**MICHAL SOBEK**  
tel.: 552 303 549

ISSN 1802 – 7822



Investice do vaší budoucnosti  
**Evropská unie**  
PODPOROVÁNO Z EVROPSKÉHO FONDŮ  
PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ

