

Výzva k předkládání projektů / Nabór projektów							
Identifikační údaje výzvy / Dane identyfikacyjne naboru							
Číslo a název programu / Numer i nazwa programu	1	Interreg V-A Česká republika – Polsko / Interreg V-A Republika Czeska - Polska			Druh plánované výzvy / Rodzaj planowanego naboru	kolové / etapowy	
Verze harmonogramu výzvy / Wersja harmonogramu naboru	1	Název výzvy / Nazwa naboru	3. výzva pro individuální projekty - prioritní osa 2 (projekty destinačního managementu/turistické značky)/ 3. nabór dla projektów indywidualnych - oś priorytetowa 2 (projekty dotyczące zarządzania regionem turystycznym/marki turystycznej)		Číslo výzvy / Numer naboru		
Číslo a název prioritní osy / priority EU / Numer i nazwa osi priorytetowej / priorytetu UE	2.	Rozvoj potenciálu přírodních a kulturních zdrojů pro podporu zaměstnanosti / Rozwój potencjału przyrodniczego i kulturowego na rzecz wspierania zatrudnienia			Model hodnocení / Model oceny	jednokolové hodnocení / ocena jeden etap	
Číslo a název specifického cíle/ Numer i nazwa celu szczegółowego	2.1.	Zvýšení návštěvnosti regionu prostřednictvím vyššího využití potenciálu přírodních a kulturních zdrojů / Zwiększenie odwiedzalności regionu poprzez większe wykorzystanie potencjału zasobów przyrodniczych i kulturowych					
Číslo a název investiční priority / prioritní oblasti / Numer i nazwa priorytetu inwestycyjnego / obszaru priorytetowego	8b	Podpora růstu podporujícího zaměstnanost rozvojem vnitřního potenciálu jako součásti územní strategie pro konkrétní oblasti, včetně přeměny upadajících průmyslových oblastí a zlepšení dostupnosti a rozvoje zvláštních přírodních a kulturních zdrojů / Wspieranie wzrostu gospodarczego sprzyjającego zatrudnieniu poprzez rozwój potencjału endogenicznego jako elementu strategii terytorialnej dla określonych obszarów, w tym poprzez przekształcanie upadających regionów przemysłowych i zwiększenie dostępu do określonych zasobów naturalnych i kulturowych oraz ich rozwój					
Harmonogram výzvy / Harmonogram naboru							
Plánované datum vyhlášení výzvy / Planowana data ogłoszenia naboru	-	Plánované datum zahájení příjmu žádostí o podporu / Planowana data rozpoczęcia przyjmowania wniosków o dofinansowanie	-	Plánované datum ukončení příjmu žádostí o podporu / Planowana data zakończenia przyjmowania wniosków o dofinansowanie (technická podpora a zajištění elektronického podpisu Společným sekretariátem pro polské žadatele bude v poslední den příjmu poskytováno pouze do 16:00/ Udzielenie pomocy technicznej oraz zapewnienie polskimi wnioskodawcom	30.9.2018	Datum ukončení procesu schvalování žádostí o podporu / Data zakończenia procesu zatwierdzania wniosków o dofinansowanie	28.2.2019

				podpisu elektronicznego ze strony Wspólnego Sekretariatu, będzie w ostatnim dniu naboru wniosków możliwe wyłącznie do godz. 16:00)			
--	--	--	--	--	--	--	--

#### Finanční obsah pro výzvu / Zakres finansowy naboru

Poměr spolufinancování příspěvku Unie (výzva) / Udíl spolufinancování ze strany Unie (nabór)		Poměr národního spolufinancování (výzva) / Udíl krajowego współfinansowania ( nabór )		Poměr spolufinancování ze soukromých zdrojů / Udíl współfinansowania ze źródeł prywatnych		Měna alokace / Waluta alokacji	EUR
85 %		15 %		10 % (ČR) pro některé typy příjemců/ dla některých typů wnioskodawców		Minimální částka podpory příspěvku Unie na operaci/ Minimalna kwota wsparcia z Unii na oerację	60.000,01 €
Finanční alokace plánované výzvy (CZV) / Finansowa alokacja planowanego naboru (CWK)	4 705 882, 00 €			Finanční alokace plánované výzvy připadající na příspěvek Unie / Finansowa alokacja planowanego naboru przypadająca na dotację Unii	4 000 000, 00 €		

Vazba operací výzvy na CBA / Powiązanie operacji naboru z CBA

-

#### Podrobný popis výzvy / Szczegółowy opis naboru

<b>Cílové skupiny / Grupy docelowe:</b>	obyvatelé společného regionu, návštěvníci regionu, samosprávy turisticky významných lokalit, podnikatelské subjekty v cestovním ruchu a na něj navázaných odvětví  mieszkańcy wspólnego regionu, odwiedzający region, samorządy obszarów znaczących pod względem turystycznym, podmioty gospodarcze w turystyce i branżach z nią powiązanych
<b>Území (místo dopadu) / Obszar (miejsce oddziaływania):</b>	CZ051 - Liberecký kraj CZ052 - Královéhradecký kraj CZ053 - Pardubický kraj CZ071 - Olomoucký kraj CZ080 - Moravskoslezský kraj PL225 - Bielski PL227 - Rybnicki PL22C – Tyski (powiat pszczyński) PL515 - Jeleniogórski PL517 - Wałbrzyski PL518 – Wrocławski ( powiat strzeliński) PL521 - Nyski



PŘEKRAČUJEME HRANICE  
PRZEKRACZAMY GRANICE  
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

<b>Podporované aktivity / Wspierane działania:</b>	PL522 – Opolski <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ příprava společného přeshraničního turistického produktu/turistické značky<sup>1</sup> (na základě střednědobého strategického dokumentu, s využitím co nejvíce elementů kulturního/přírodního bohatství, podpořených z prostředků programu Interreg V-A Česká republika – Polsko, nebo Operačního programu přeshraniční spolupráce Česká republika - Polská republika 2007–2013)</li> <li>▪ návazná inovativní propagační kampaň<sup>2</sup> s měřitelným dopadem/efekty.<sup>3</sup></li> <li>▪ Przygotowanie wspólnego transgranicznego produktu turystycznego/marki turystycznej<sup>4</sup> (na podstawie średniookresowego dokumentu strategicznego, przy wykorzystaniu jak największej liczby elementów bogactwa kulturowego/przyrodniczego dofinansowanych ze środków Programu Interreg V-A Republika Czeska – Polska lub Programu Operacyjnego Współpracy Transgranicznej Republika Czeska - Rzeczpospolita Polska 2007 - 2013)</li> <li>▪ powiązanej innowacyjnej kampanii marketingowej<sup>5</sup> z mierzalnym oddziaływaniem/efektami.<sup>6</sup></li> </ul>
<b>Příпустné indikátory výstupu / Możliwe wskaźniki produktu</b>	Povinný: Počet realizovaných společných mechanismů v oblasti přírodního a kulturního dědictví (mechanizmy) Povinný: Zvýšení očekávaného počtu návštěv podporovaných kulturních a přírodních památek a atrakcí (návštěvy/rok)  Obowiązkowy: Liczba zrealizowanych wspólnych mechanizmów w zakresie dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego (mechanizmy) Obowiązkowy : Wzrost oczekiwanej liczby odwiedzin w objętych wsparciem miejscach należących do dziedzictwa kulturalnego i naturalnego oraz stanowiących atrakcje turystyczne (odwiedziny/rok)
<b>Způsobilí příjemci /</b>	Na české straně organizace destinačního managementu:

<sup>1</sup> Přeshraniční produkt cestovního ruchu je takový souhrn nabízených atraktivit, služeb a destinací, který smysluplně propojuje české a polské území a to na lokální, oblastní nebo regionální/krajské úrovni. Kvalita tohoto produktu bude předmětem hodnocení expertů. Územní značka by pak měla mít odraz v regionálních strategických dokumentech a předmětem podporovaných opatření by měly být její přeshraniční aspekty.

<sup>2</sup> Využívající primárně moderní formy propagace tzn. online platformy, sociální sítě (virální marketing), mobilní aplikace nebo marketing zaměřený na rozšířenou realitu (*augmented reality*).

<sup>3</sup> Kvalita navrženého způsobu sledování/měření dopadů kampaně bude předmětem expertního hodnocení.

<sup>4</sup> Transgraniczny produkt turystyczny to taki zestaw oferowanych atrakcji, usług i destynacji, który w logiczny sposób łączy polskie i czeskie tereny na poziomie lokalnym, powiatowym lub regionalnym/krajowym. Jakość tego produktu będzie przedmiotem oceny ekspertów. Marka terytorialna powinna z kolei znajdować odzwierciedlenie w regionalnych dokumentach strategicznych a przedmiotem wspieranych działań powinny być jej aspekty transgraniczne.

<sup>5</sup> Wykorzystujące przede wszystkim nowoczesnych form promocji tzn. platformy on-line, sieci marketingowe (marketing wirusowy), aplikacje mobilne lub marketing ukierunkowany na rzeczywistość rozszerzoną (*augmented reality*).

<sup>6</sup> Jakość zaproponowanego sposobu śledzenia/pomiaru efektów kampanii będzie przedmiotem oceny ekspertów.

<p><b>Uprawnieni beneficjenci</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- které jsou při předložení žádosti buď již certifikovány, nebo přihlášeny do certifikace organizací destinačního managementu CzechTourism a doloží certifikaci nejpozději před podpisem smlouvy/rozhodnutí o přidělení dotace</li> <li>- které pokud mají právní formu obchodní korporace (s.r.o, a.s.) pak mají minimálně 80 % podíl veřejnoprávních osob (kraje a jeho organizační složky, obce nebo městské části územně členěného statutárního města a jejich organizační složky, svazku obcí, případně komor – s výjimkou profesních komor) na základním kapitálu a min. 80 % podíl veřejnoprávní právnické osoby (specifikovaných na počátku této věty) na hlasovacích právech.</li> </ul> <p>Na polské straně organizace destinačního managementu/turistické značky:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- které, pokud pokrývají menší oblast, než vojvodství pak, mají alespoň nějaký podíl podnikatelských nebo nestátních neziskových subjektů s vlivem na rozhodování organizace<sup>7</sup></li> <li>- které mají platný střednědobý strategický dokument rozvoje cestovního ruchu v území své činnosti<sup>8</sup></li> <li>- které mají funkční 3K platformu<sup>9</sup></li> <li>- které mají funkční a pravidelně aktualizované internetové marketingové nástroje<sup>10</sup></li> </ul> <p>Na obou stranách hranice jsou dále přípustní jiní příjemci, ale pouze v roli <b>partner bez finančního příspěvku</b>.</p> <p>Destinačním společností je důrazně doporučeno zapojit do projektových aktivit také relevantní <b>informační centra</b> v programovém území.</p> <p>Po czeskiej stronie podmioty zajmujące się zarządzaniem destynacjami turystycznymi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- które w momencie złożenia wniosku mają już certyfikat lub zgłosiły się do certyfikacji instytucji zarządzających destynacjami turystycznymi, realizowanej przez CzechTourism i przedłożą certyfikat najpóźniej przed podpisaniem umowy/decyzji o przydzieleniu dofinansowania</li> </ul>
---------------------------------------	--

<sup>7</sup> Může být prokázáno účastí podnikatelského/neziskového sektoru v dozorčí radě společnosti, dozorčí radě fondu, případně představenstvu nebo jiném kolektivním řídicím a kontrolním orgánu společnosti nebo se může jednat o oborovou (turistickou a přeshraniční) instituci nebo nevládní organizaci právnických osob (posouzení turistického a přeshraničního charakteru bude mít formální charakter a základem bude ověření ustanovení stanov subjektu, které jsou povinnou přílohou dokumentace projektové žádosti, viz bod A.2.2.1 Příručky pro žadatele).

<sup>8</sup> Platný dokument destinační společnosti (strategie, koncepce, program rozvoje, akční plán – tedy nějaký dokument, stanovující střednědobé cíle a popisující nástroje a kroky k dosažení těchto cílů).

<sup>9</sup> Prokazatelná funkční platforma pro spolupráci, koordinaci a kooperaci partnerů, např. poradní sbor (kolegium) destinační společnosti s prokazatelnou činností.

<sup>10</sup> Funkční a pravidelně aktualizované internetové marketingové nástroje, např. web, facebook, youtube.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- které je-li mají formu právní korporace práva obchodního (s.r.o, a.s.), to co nejméně 80-procentový podíl v jejich kapitálu zakladatelském mají subjekty veřejné (země nebo jejich jednotky organizační, obce nebo městské části statutárního a jejich jednotky organizační, svazky obcí, event. izb – z výjimkou izb profesních) a tyto subjekty veřejné (uvedené na začátku věty) mají co nejméně 80-procentový podíl v právech do hlasování.</li> </ul> <p>Po české straně subjekty zabývající se řízením destinacemi turistickými/markami turistickými:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- které, je-li pokrývají menší území než kraj, mají co nejméně jakýs podíl subjektů hospodářských nebo organizací mimořádných, majících vliv na přijímání rozhodnutí subjektu<sup>11</sup></li> <li>- které mají důležitý střednědobý strategický dokument, týkající se rozvoje turistiky na území svého působení<sup>12</sup></li> <li>- které mají působící platformu 3K<sup>13</sup></li> <li>- které mají působící a pravidelně aktualizované internetové nástroje marketingové<sup>14</sup></li> </ul> <p>Po obou stranách hranice jsou navíc dopustitelní jiní příjemci, ale pouze v roli <b>partnera bez příspěvku finančního</b>.</p> <p><b>Spółka</b> Podmiotom zarządzającym regionem turystycznym wyraźnie zaleca się włączenie w działania projektu także odpowiednich <b>informacji turystycznych</b> z obszaru wsparcia.</p>
<b>Způsobilé výdaje / Wydatki kwalifikowalne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Projekty neobsahují výdaje na stavební práce.</li> <li>- Projekty neobsahují výdaje na vybavení, pokud nejsou přímou součástí přeshraničního produktu, nebo jeho propagace.<sup>15</sup></li> <li>- Projekty v této výzvě mají následující výdajová specifika<sup>16</sup>: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Min. 30% na tvorbu přeshraničního produktu cestovního ruchu</li> <li>o Min. 60% na navazující marketingovou kampaň (propagaci vytvořeného produktu) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Z toho min. 60% způsobilých výdajů na prezentaci online (<i>virální marketing – sociální síť, tvorba webu mobilní aplikace, online inzertce atd.</i>)</li> <li>▪ Z tohoto max. 20% způsobilých výdajů na produkci tištěných propagačních materiálů (<i>uznatelné pouze za předpokladu, že bude konkrétně popsán způsob a harmonogram jejich distribuce</i>)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

<sup>11</sup> Može být vykazán podíl sektoru podniků/organizací mimořádných v radě nadzorczej spółki, radě nadzorczej funduszu, ew. zarządzie lub innym kolektívnym zarządzajícím i kontrolním orgánem daného subjektu nebo může to být odvětvová (turistická a transhraniční) instituce nebo mimořádná organizace osob právních (ocena charakteru turistického a transhraničního bude mít charakter formální a její základem bude verifikace zápisů Statutu subjektu, který je vyžadovaným přílohou dokumentace návrhu projektového, viz bod A.2.2.1 přílohy návrhatele).

<sup>12</sup> Důležitý dokument subjektu zabývajícího se destinací (strategie, koncepce, program rozvoje, plán činnosti – tedy jakýs dokument, určující cíle střednědobé a popisující nástroje a kroky k dosažení těchto cílů).

<sup>13</sup> Udokumentovaná působící platforma spolupráce, koordinace a kooperace partnerů, np. tým poradců (kolegium) subjektu zabývajícího se řízením destinací turistických.

<sup>14</sup> Působící a pravidelně aktualizované internetové nástroje marketingové np. stránka www, facebook, youtube.

<sup>15</sup> Např. fyzické značení turistických tras, informační panely; způsobilost takových výdajů na vybavení bude předmětem hodnocení expertů

<sup>16</sup> Pro tato procenta je rozhodný moment předložení žádosti, dojde-li tedy k drobné změně poměrů výdajů během realizace projektu, není to důvod ke snížení či odejmutí dotace.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Z tohoto max. 20% způsobilých výdajů na prezentaci na veletrzích cestovního ruchu nebo na eventech</li> <li>- Projekty nie obejmują wydatków na prace budowlane</li> <li>- Projekty nie obejmują wydatków na wyposażenie, jeżeli nie stanowi ono bezpośrednio elementu produktu transgranicznego, lub jego promocji.<sup>17</sup></li> <li>- Projekty w niniejszym naborze mają następującą specyfikację wydatków<sup>18</sup>: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Min. 30% na stworzenie transgranicznego produktu turystycznego</li> <li>○ Min. 60% na powiązaną kampanię marketingową (promocję stworzonego produktu) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Z tego min. 60% wydatków kwalifikowalnych na prezentację on-line (<i>marketing wirusowy – sieci społecznościowe, tworzenie stron internetowych, aplikacji mobilnych, ogłoszenia on-line itp.</i>)</li> <li>▪ Z tego maks. 20% wydatków kwalifikowalnych na wytworzenie drukowanych materiałów promocyjnych (<i>kwalifikowalne tylko pod warunkiem, że zostanie konkretnie opisany harmonogram ich dystrybucji</i>)</li> <li>▪ Z tego maks. 20% wydatków kwalifikowalnych na prezentację na targach turystycznych lub wydarzeniach</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
<b>Komplementarita výzvy / Komplementarność naboru:</b>	<p>Výzva je komplementární k výzvam programu IROP v rámci specifického cíle 3.1: Zefektivnění prezentace, posílení ochrany a rozvoje kulturního dědictví a k výzvam programu OP ŽP v rámci specifického cíle 4.1: Zajistit příznivý stav předmětu ochrany národně významných chráněných území. / Nabór jest komplementarny z naborami w IROP w ramach celu szczegółowego 3.1 – Podniesienie efektywności prezentowania, wzmocnienie ochrony i rozwoju dziedzictwa kulturowego i z naborami w OP ŻP w ramach celu szczegółowego 4.1: Zapewnienie pozytywnego stanu w zakresie przedmiotu ochrony znaczących obszarów chronionych.</p>
<b>Odkaz na podrobné pokyny k přípravě a předkládání žádostí / Odniesienie do szczegółowych wytycznych według przygotowywania i składania wniosków</b>	<p><a href="http://www.cz-pl.eu/jsem-zadatel-chci-predlozit-projekt">http://www.cz-pl.eu/jsem-zadatel-chci-predlozit-projekt</a></p> <p><a href="http://pl.cz-pl.eu/jestem-wnioskodawc-zamierzam-zoy-wniosek">http://pl.cz-pl.eu/jestem-wnioskodawc-zamierzam-zoy-wniosek</a></p>

<sup>17</sup> Np. fyzyczne oznakowanie szlaków turystycznych, panele informacyjne; kwalifikowalność takich wydatków na wyposażenie będzie przedmiotem oceny ekspertów.

<sup>18</sup> Dla tych wskaźników procentowych decydujący jest moment złożenia wniosku, jeśli dojdzie do drobnej zmiany stosunków wydatków w trakcie realizacji projektu, nie będzie to powodem do obciążenia lub cofnięcia dofinansowania.