

V Praze dne 10. března 2010

Zpracoval: Ing. Kateřina Adamcová, **kontakt:** K. Adamcová, tel.: 222 871 458, e-mail: katerina.adamcova@szif.cz

■ ZPRAVODAJSTVÍ Z PROGRAMU ROZVOJE VENKOVA

Posuzování zpravodajů MAS jako způsobilých výdajů opatření IV.1.1

Na základě četných dotazů ze strany MAS, dosavadních zkušeností a z důvodu předcházení případných krácení výdajů a nedorozumění byl pro hodnocení způsobilosti výdajů na zpravodaje vydávané jednotlivými místními akčními skupinami stanoven interní metodický pokyn pro posuzování jejich způsobilosti. Protože se SZIF na Národní konferenci Venkov 2009 v Holešově zavázal ke koordinovanému a jednotnému přístupu a k partnerské komunikaci s MAS a sdílení metodik a postupů, uvádíme níže hlavní zásady, které budou uplatňovány pro posuzování výdajů uvedených v Žádosti o proplacení za 3. etapu roku 2009 a následné další.

1. Zpravodaje vydávané jednotlivými MAS jsou způsobilým výdajem opatření IV.1.1 Místní akční skupina v rámci kódu *010 Propagace SPL a MAS*.
2. Způsobilými jsou výdaje na tvorbu, tisk, distribuci apod.
3. Z hlediska obsahu lze za části (texty, články apod.), které **nejsou v rozporu** s definicí příslušného kódu považovat následující informace:
 - o SPL a jejím naplňování, o výzvách, vybraných i nevybraných projektech, opatření IV.1.1 a IV.1.2,
 - MAS, území, výzvách, opatření IV.2.1, členech MAS, zasedáních výborů, komisí, účastech v dalších orgánech, na jednáních, konferencích, školeních apod.,
 - partnerských MAS, se kterými daná MAS spolupracuje, jejich územích, realizovaných i plánovaných projektech spolupráce,
 - příkladech dobré praxe z jiných MAS,
 - plánovaných i uskutečněných projektech na území MAS např. z Leader ČR nebo Leader+, spolufinancovaných ze zdrojů MMR (Podpora obnovy venkova a další), OPŽP, krajských rozpočtů, příp. jiných veřejných zdrojů,
 - týkající se regionálních značek,
 - pozvánky na výstavy, koncerty, karnevaly, plesy, soutěže hasičů, setkání důchodců, setkání matek, setkání pamětníků a další akce místního významu nebo související s MAS,
 - neutrálního charakteru, resp. charakteru ztraktivňujícího zpravodaj jako např. obrázky, vtipy, recepty, soutěže, hádanky, křížovky, přírodní zajímavosti apod.
4. Naopak za části, které **jsou v rozporu** s definicí kódu, se považuje **reklama**.

Zpravodaj nesmí obsahovat jakoukoli formu reklamy. V případě zjištění reklamy se proto bude i na základě dohody se zástupci místních akčních skupin postupovat velmi striktně – částečným či úplným krácením výdajů.
5. Zpravodaje musí obecně splňovat následující podmínky:
 - zpravodaj vydává MAS, nikoli jiný subjekt,
 - zpravodaj je poskytován zdarma,
 - zpravodaj splňuje povinné požadavky na publicitu.