

ZMLUVA**o poskytnutí dotácie č. LP/2011/02/183**

uzatvorená podľa § 6 ods. 4 zákona č. 524/2010 Z. z. o poskytovaní dotácií v pôsobnosti Úradu vlády Slovenskej republiky a § 51 a nasl. zákona č. 40/1964 Z. z., Občiansky zákonník v znení neskorších predpisov (ďalej len „Občiansky zákonník“) na aktivity zamerané na podporu a ochranu ľudských práv a slobôd
 (ďalej len „zmluva“)

m e d z i

poskytovateľom: **Úrad vlády Slovenskej republiky**
Námestie Slobody 1
813 70 Bratislava 1

v mene ktorého koná: **Ing. Viktor Nižňanský, PhD.**
vedúci Úradu vlády SR

IČO: **00151513**
Bankové spojenie: **Štátna pokladnica, Bratislava**
Číslo účtu: **7000060195/8180**
 (ďalej len poskytovateľ)

a

prijímateľom: **Ľudia proti rasizmu**

Sídlo: **Mlynské Nivy 41**
821 09 Bratislava

v mene ktorého koná: **Irena Bihariová**

IČO: **31818676**
Bankové spojenie: **Všeobecná úverová banka, a.s.**
Číslo účtu: **1766817051/0200**
 (ďalej len prijímateľ)

Článok I.
Základné ustanovenia

1. Účelom tejto zmluvy je úprava zmluvných podmienok, práv a povinností zmluvných strán pri poskytnutí dotácie na účel podľa § 2 ods. 1 písm. b), g), h) zákona č. 524/2010 Z. z. o poskytovaní dotácií prostredníctvom Úradu vlády SR (ďalej len „zákon“), určenej na financovanie projektu s názvom **„Svetlá väčšina, tmavé výnimky“ Kreatívna kampaň na pozitívnu profiláciu rómskej menšiny** (ďalej len „projekt“), schváleného v rámci výzvy na predkladanie žiadostí o dotácie na rok 2011 *Podpora a ochrana ľudských práv a slobôd LP/2011/02*.
2. Predmetom tejto zmluvy je záväzok poskytovateľa poskytnúť prijímateľovi dotáciu z prostriedkov štátneho rozpočtu Slovenskej republiky na realizáciu aktivít v zmysle

schváleného popisu projektu uvedeného v prílohe 2 tejto zmluvy a štruktúrovaného rozpočtu a komentára k nemu, uvedeného v prílohe 3 tejto zmluvy v sume **42 290 € (slovom: štyridsaťdvatisícdeväťdesiat eur)** a záväzok prijímateľa poskytnutú dotáciu použiť v súlade s podmienkami stanovenými v tejto zmluve a jej prílohách, výlučne na úhradu bežných výdavkov na aktivity podľa schváleného projektu. Prijímateľ zodpovedá za účelné a hospodárne použitie dotácie a realizuje aktivity na svoju vlastnú zodpovednosť.

3. Predmetom zmluvy je aj záväzok prijímateľa spolufinancovať projekt z vlastných zdrojov prijímateľa alebo z iných zdrojov vo výške najmenej 5 % z celkového rozpočtu projektu t. j. najmenej **2 236 €**.

Článok II.

Práva a povinnosti zmluvných strán

1. Poskytovateľ poukáže finančné prostriedky uvedené v čl. I. ods. 2 tejto zmluvy bezhotovostným prevodom na účet prijímateľa, uvedený v záhlaví tejto zmluvy do 20 kalendárnych dní od nadobudnutia účinnosti tejto zmluvy.
2. Poskytnutá dotácia je účelovo viazaná a prijímateľ je povinný použiť ju v zmysle zákona a v súlade s § 19 ods. 1 a 3 zákona č. 523/2004 Z. z. o rozpočtových pravidlách verejnej správy a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o rozpočtových pravidlách“) výlučne na účel, ktorý je uvedený v čl. I. ods. 1 a ods. 2 tejto zmluvy.
3. Prijímateľ sa zaväzuje, že aktivity projektu v zmysle čl. I. tejto zmluvy, ktoré sú financované z dotácie poskytnutej na základe tejto zmluvy, nebudú duplicitne hrazené aj z iných zdrojov. V prípade porušenia tohto záväzku je prijímateľ povinný vrátiť poskytovateľovi finančné prostriedky v rozsahu výdavkov na aktivitu/aktivity, pri ktorej/ktorých došlo k jeho porušeniu.
4. Prijímateľ vyhlasuje, že si je vedomý vyvodenia právnych dôsledkov porušenia záväzku podľa predchádzajúceho odseku.
5. Prijímateľ sa zaväzuje, že všetky oznámenia uskutočnené prijímateľom akoukoľvek formou a použitím akéhokoľvek média, vrátane internetu, budú obsahovať logo Úradu vlády Slovenskej republiky a nasledovné vyhlásenie: **„Realizované s finančnou podporou Úradu vlády SR v rámci dotačného programu Podpora a ochrana ľudských práv a slobôd. Za obsah tohto dokumentu je výlučne zodpovedný Ľudia proti rasizmu“**. To sa nevzťahuje na prijímateľa, ktorý realizuje aktivity v rámci projektu pred dňom podpísania tejto zmluvy.
6. Prijímateľ je povinný písomne informovať poskytovateľa o pripravovaných verejných aktivitách a aktivitách zameraných na prácu s cieľovými skupinami v rámci projektu najmenej 5 pracovných dní vopred na emailových adresách slprz@vlada.gov.sk alebo slparz@vlada.gov.sk.

7. Poskytnutú dotáciu v zmysle čl. I. ods. 2 tejto zmluvy a prostriedky spolufinancovania v zmysle čl. I. ods. 4 tejto zmluvy je prijímateľ povinný použiť a vyúčtovať **najneskôr do 31. 3. 2012.**

Článok III. Zmeny podmienok zmluvy

1. Zmena účelu, na ktorý bola dotácia poskytnutá, je neprípustná.
2. Zmeny podmienok tejto zmluvy ktoré neovplyvnia účel poskytnutej dotácie, možno vykonať písomným dodatkom k zmluve. Dodatok musí byť schválený a zverejnený rovnakým spôsobom ako zmluva. Dodatok je neoddeliteľnou súčasťou tejto zmluvy.
3. V rámci jednotlivých položiek štruktúrovaného rozpočtu projektu je prijímateľ oprávnený vykonať zmenu štruktúry výdavkov do výšky 15 %. V tomto prípade sa nevyžaduje dodatok k tejto zmluve.
4. Zmena štruktúry výdavkov vyššia ako 15% v rámci jednotlivých položiek štruktúrovaného rozpočtu projektu je možná len na základe písomného dodatku k tejto zmluve. O schválenie zmeny štruktúry výdavkov vyššej ako 15% v rámci jednotlivých položiek štruktúrovaného rozpočtu je prijímateľ povinný písomne požiadať sekciu ľudských práv a rovnakého zaobchádzania Úradu vlády SR najneskôr 30 kalendárnych dní pred uplynutím lehoty na použitie dotácie.

Článok IV. Oprávnené výdavky

Na účely tejto zmluvy sa za oprávnené výdavky považujú iba výdavky, ktoré

- (a) sú v súlade so zákonom, príslušnými všeobecne záväznými právnymi predpismi, a sú uvedené v prílohe 3 tejto zmluvy,
- (b) vznikli za účelom realizácie schváleného projektu v období od 1. 1. 2011 a boli vynaložené alebo priamo súvisia s obdobím do posledného dňa realizácie projektu, najneskôr však do **31. 3. 2012.**

Článok V. Vyúčtovanie dotácie

1. Pri vyúčtovaní dotácie poskytnutej podľa tejto zmluvy je prijímateľ povinný postupovať v súlade so zákonom č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o účtovníctve“).
2. Vyúčtovanie poskytnutej dotácie musí obsahovať:
 - (a) písomné vecné vyhodnotenie projektu vo forme záverečnej správy podľa prílohy 1, z ktorého bude zrejmé dodržanie účelu poskytnutej dotácie,
 - (b) finančné vyúčtovanie poskytnutej dotácie a prostriedkov spolufinancovania, vypracované v súlade so zákonom o účtovníctve, s predložením písomného prehľadu

a čitateľných fotokópií dokladov preukazujúcich použitie dotácie; súčasťou vyúčtovania je tiež:

- a. celková rekapitulácia výdavkov,
 - b. vyčíslenie výšky celkovej čerpanej sumy z poskytnutej dotácie,
 - c. vyčíslenie výšky celkovej čerpanej sumy spolufinancovania,
 - d. písomné potvrdenie (resp. vyhlásenie) štatutárneho zástupcu alebo príslušnej zodpovednej osoby prijímateľa o formálnej a vecnej správnosti vyúčtovania
 - e. písomné oznámenie štatutárneho zástupcu alebo príslušnej zodpovednej osoby prijímateľa o vrátení finančných prostriedkov podľa čl. VI ods. 1 a 2 tejto zmluvy (avízo o platbe),
 - f. uvedenie miesta, na ktorom sa nachádzajú originály dokladov súvisiace s poskytnutou dotáciou u prijímateľa;
3. Za správnosť údajov uvedených vo vyúčtovaní zodpovedá štatutárny zástupca prijímateľa, ktorý správnosť vyúčtovania potvrdí svojím podpisom.
 4. Vyúčtovanie poskytnutej dotácie zasiela prijímateľ na adresu: Úrad vlády SR, sekcia ľudských práv a rovnakého zaobchádzania, Námestie slobody 1, 813 70 Bratislava. Vecné vyhodnotenie a finančné vyúčtovanie dotácie zasiela prijímateľ vo dvoch vyhotoveniach a ostatné prílohy v jednom vyhotovení.
 5. Ak poskytovateľ zistí v predloženom vecnom vyhodnotení a finančnom vyúčtovaní projektu nedostatky, vyzve prijímateľa na odstránenie zistených nedostatkov a súčasne mu stanoví lehotu na ich odstránenie. Ak prijímateľ v stanovenej lehote nedostatky neodstráni, je povinný poskytnutú dotáciu, alebo jej časť vrátiť na účet poskytovateľa podľa čl. VI ods. 3 tejto zmluvy.

Článok VI.

Vrátenie finančných prostriedkov

1. Prijímateľ je povinný poskytovateľovi vrátiť:
 - (a) dotáciu alebo jej časť, ktorá nebola použitá na účel dohodnutý v čl. I. tejto zmluvy. Povinnosť prijímateľa vrátiť dotáciu alebo jej časť sa vzťahuje aj na prípad, ak poskytovateľ zistí túto skutočnosť z predložených dokladov (vyúčtovania) v zmysle čl. V. ods. 2. tejto zmluvy. Povinnosť sa vzťahuje na vrátenie dotácie alebo jej časti vo výške, ktorú vyčíslil poskytovateľ. Prijímateľ je povinný vrátiť tieto finančné prostriedky najneskôr do 15 kalendárnych dní odo dňa doručenia výzvy poskytovateľa na vrátenie neoprávneného použitia prostriedkov poskytnutej dotácie,
 - (b) dotáciu alebo jej časť, ktorú nevyčerpal do výšky poskytnutej dotácie. Prijímateľ je povinný vrátiť tieto finančné prostriedky do 15 kalendárnych dní odo dňa stanoveného v čl. II. ods. 7 tejto zmluvy.
 - (c) dotáciu alebo jej časť, ktorá nebola použitá na dohodnutý účel uvedený v čl. I. tejto zmluvy z dôvodu, že voči majetku prijímateľa je vedené konkurzné konanie, prijímateľ je v konkurze, v reštrukturalizácii, bol voči prijímateľovi zamietnutý návrh na vyhlásenie konkurzu pre nedostatok majetku, prijímateľ je v likvidácii alebo je voči nemu vedený výkon rozhodnutia. Prijímateľ je povinný vrátiť poskytnuté

finančné prostriedky najneskôr do 15 kalendárnych dní odo dňa doručenia výzvy poskytovateľa na vrátenie finančných prostriedkov.

- (d) dotáciu, ak sa preukáže, že v žiadosti alebo v dokumentoch, ktoré sú jej prílohami, uviedol nepravdivé alebo neúplné údaje. Prijímateľ je povinný vrátiť poskytnuté finančné prostriedky najneskôr do 15 kalendárnych dní odo dňa doručenia výzvy poskytovateľa na vrátenie finančných prostriedkov.
- 2. Prijímateľ je povinný vrátiť poskytovateľovi všetky výnosy (rozdiel medzi čistým úrokom vzniknutým zo sumy pridelenej dotácie po odpočítaní alikvotnej časti poplatku za vedenie účtu prijímateľa, prípadne celého poplatku) z finančných prostriedkov, ktoré boli pripísané na jeho účet, v termíne najneskôr do 15 kalendárnych dní odo dňa stanoveného v čl. II. ods. 7 tejto zmluvy. Prijímateľ zároveň zašle odboru rozpočtu a financovania poskytovateľa avízo o platbe.
 - 3. Finančné prostriedky z dotácie, ktoré je prijímateľ povinný vrátiť poskytovateľovi podľa ods. 1
 - (a) v priebehu rozpočtového roka 2011, vráti na výdavkový účet Úradu vlády SR č. **7000060195/8180** s uvedením **V - symbolu „04“**;
 - (b) po ukončení rozpočtového roka 2011, vráti na depozitný účet Úradu vlády SR č. **7000060208/8180** s uvedením **V - symbolu „04“**,a to vo všetkých prípadoch povinností uvedených v čl. II tejto zmluvy.
 - 4. Finančné prostriedky, ktoré je prijímateľ povinný vrátiť poskytovateľovi podľa ods. 2, vráti na účet č. **7000060152/8180** s uvedením **V - symbolu „04“**.

Článok VII.

Kontrola poskytnutých finančných prostriedkov

- 1. Prijímateľ je povinný umožniť zamestnancom poskytovateľa a kontrolných orgánov Slovenskej republiky kontrolu dodržania rozsahu, účelu a podmienok dohodnutých v zmluve o poskytnutí dotácie, dodržania všeobecne záväzných právnych predpisov, ako aj správnosti vyúčtovania a vecnej realizácie v zmysle príslušných všeobecne záväzných právnych predpisov, najmä zákona č. 502/2001 Z. z. o finančnej kontrole a vnútornom audite a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.
- 2. Prijímateľ je povinný osobám podľa prvého odseku predložiť originály všetkých dokladov súvisiacich s poskytnutou dotáciou a ďalšie dokumenty, ktoré sú potrebné na výkon kontroly a poskytnúť všetku potrebnú súčinnosť pri výkone ich kontrolných oprávnení.

Článok VIII.

Záverečné ustanovenia

1. Prijímateľ vyhlasuje, že poskytovateľovi udeľuje súhlas so spracovaním jeho osobných údajov potrebných na realizáciu tejto zmluvy a že súhlasí so zverejnením týchto údajov na účely § 8 ods. 1 písm. d) zákona.
2. Nedodržanie zmluvne dohodnutých podmienok sa považuje za porušenie finančnej disciplíny s právnymi následkami podľa § 31 zákona o rozpočtových pravidlách.
3. Práva a povinnosti zmluvných strán touto zmluvou neupravené sa spravujú príslušnými právnymi predpismi platnými v Slovenskej republike.
4. Zmluvné strany vyhlasujú, že ich spôsobilosť a voľnosť uzavrieť túto zmluvu, ako aj spôsobilosť k súvisiacim právnym úkonom nie sú žiadnym spôsobom obmedzené alebo vylúčené.
5. Zmluvné strany vyhlasujú, že si zmluvu prečítali, jej obsahu porozumeli a na znak súhlasu ju vo vlastnom mene podpisujú.
6. Zmluva je vyhotovená v štyroch rovnopisoch, z ktorých jeden rovnopis dostane prijímateľ a tri rovnopisy dostane poskytovateľ.
7. Neoddeliteľnou súčasťou tejto zmluvy je formulár záverečnej správy (príloha 1), schválený popis projektu (príloha 2) a schválený štruktúrovaný rozpočet a komentár k nemu (príloha 3).
8. Zmluva nadobúda platnosť dňom podpísania oboma zmluvnými stranami. Účinnosť táto zmluva nadobúda dňom nasledujúcim po jej zverejnení v zmysle § 47a ods. 1 Občianskeho zákonníka v platnom znení a § 5a zákona č. 211/2000 Z. z. o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.

Za poskytovateľa:

Meno: Ing. Viktor Nižňanský, PhD.

Funkcia: vedúci Úradu vlády SR

Podpis:

Dátum:

Odtlačok pečiatky:

Za prijímateľa:

Meno: **Irena Bihariová**

Funkcia:

Podpis:

Dátum:

Odtlačok pečiatky:

Záverečná správa

k programu Podpora a ochrana ľudských práv a slobôd LP2011/2/....

Názov prijímateľa:

Názov projektu:

Monitorovacie obdobie:

Nasledovnú štandardnú štruktúru je potrebné dodržať pri koncipovaní záverečnej správy o aktivitách uskutočnených v rámci schváleného projektu a predložiť ÚV SR v termíne určenom v zmluve.

Časť I. Vyhodnotenie účelu a jeho realizácie podľa schváleného projektu (čl. V ods. 2 písm. a) zmluvy.

Časť II. Prehľad výsledkov a výstupov za oprávnené obdobie: od..... do..... .
(napr. počet kusov vytlačenej publikácie, spôsob jej použitia a distribúcia, v prípade seminárov, konferencií a iných podujatí miesto realizácie, počet a zoznam účastníkov, údaje o návštevnosti a pod.)

Názov aktivity		Výsledky a výstupy
Aktivita 1.		
Aktivita 2.		
atď.		

Časť III. Zmeny v projekte, podrobný popis problémov, ktoré sa vyskytli pri realizácii projektu.

Časť IV. Schválené dodatky k zmluve (áno/nie)¹, dátum schválenia:

Časť V. Prílohy:

- a) čerpanie rozpočtu v zmysle čl. V. ods. 2 písm. b) zmluvy o poskytnutí dotácie v členení:
 - čerpanie dotácie
 - čerpanie spolufinancovania a jeho percentuálne vyčíslenie z celkovej sumy na projekt
- b) iné dokumenty (napr. prezenčné listiny, pozvánky, program, propagačný materiál, fotodokumentácia, dokumentácia o publicite),
- c) prezentácie na CD, VHS, DVD, publikácie a iné materiály prezentujúce úspešnosť projektu - 2 kusy ako súčasť vyúčtovania a na prezentačné účely sekcie).

Dátum a podpisy pracovníkov, ktorí sa podieľali na vypracovaní záverečnej správy.

Dátum a podpis štatutárneho zástupcu.

¹ nehodiace sa škrtnite

Popis projektu

1. Názov projektu	"SVETLÁ VÁČSINA, TMAVÉ VÝNIMKY..." - kreatívna mediálna kampaň na pozitívnu profiláciu rómskeho etnika
2. Cieľ projektu (bez uvedenia akýchkoľvek identifikačných údajov žiadateľa!) (definuje sa hlavný cieľ, alebo čiastkové ciele projektu, čo sa má projektom dosiahnuť – max 1000 znakov): SUMÁRNY CIEĽ: Cieľom kampane je pomôcť vyňať verejnosťou vnímaný profil rómskej menšiny z okliešťujúceho kontextu „sociálne handicapovanej skupiny“. Posolstvo kampane smeruje k tomu, aby sa vnímanie rómskeho etnika ako celku prestalo spájať výlučne s negatívnymi sociálnymi javmi, resp. aby sa pojem Róm prestal automaticky asociovať s kategóriami, akými sú kriminalita, parazitizmus, či v „lepšom prípade“ s hudobným nadaním (ktoré je znovu len stereotypizujúcim kliše pod súvajúcim dojem, že hudobné umenie je jediná vec, v ktorej môžu byť Rómovia úspešní). Práve tým, že kampaň upriamuje pozornosť na „neviditeľných“ (hoci kvantitatívne početnejších) integrovaných Rómov, má reálny potenciál neutralizovať verejnú mienku o „rómskych asociáloch a pár svetlých výnimkách“. Zároveň tým pomáha odkloniť verejný diskurz od prevažujúcich nenávisťných postojov. PARCIÁLNE CIELE : čiastkovým cieľom je dostať do verejnosťou reflektovaného priestoru tých Rómov, ktorí nie sú ani hudobníci, ani "osadn	
3. Prioritná oblasť výzvy na ktorú sa projekt zameriava: (označte jednu alebo viac prioritných oblastí)	☐ Presadzovanie, podpora a ochrana základných práv a slobôd, výchovy a vzdelávania k ľudským právam, právam národnostných menšín, práv detí, práv osôb so zdravotným postihnutím, práv iných zraniteľných skupín a rodovej rovnosti; ☒ Predchádzanie všetkým formám diskriminácie, rasizmu, xenofóbie, homofóbie, antisemitizmu a ostatných prejavov intolerancie; ☒ Presadzovanie interetnického a interkultúrneho dialógu a porozumenia medzi národnostnou väčšinou a národnostnými menšinami a etnickými skupinami;
4. Stručný popis projektu (bez uvedenia akýchkoľvek identifikačných údajov žiadateľa!) (uvedie sa stručný popis súčasného stavu a problém, ktorý sa má projektom vyriešiť, definujú sa vonkajšie a vnútorné faktory, ktoré môžu mať vplyv na implementáciu projektu, formy a metódy riešenia – max 3600 znakov) POPIS PROBLEMATIKY Rómska menšina ako celok je optikou väčšinovej časti obyvateľstva najčastejšie hodnotená v konotácií s osadami, sociálnym vylúčením, kriminalitou či sociálnou	

odkázanosťou. Postoje širokej verejnosti vychádzajú z prezumpcie, že Rómovia sú relatívne homogénnou sociálnou skupinou, ktorá je typická najrôznejšími prejavmi netolerovateľného správania - predovšetkým neprispôsobivosťou, asociálnosťou, apriórnym odmietaním základných morálnych štandardov majority, parazitickým spôsobom života, kriminalitou a ambíciou zviať sa na benefitoch štátu.

Napriek tomu, že na Slovensku žije väčšina Rómov (60%) integrovane, mimo vidieckych osád a ghet a jej príslušníci majú zastúpenie v rôznych sociálno - ekonomických rebríčkoch a profesiách, je mienka o rómskom etniku ako celku zdevalvovaná na úroveň nepravdivého mýtu o "neprispôsobivej väčšine a pár svetlých výnimkách". Celkom odpodstatne možno skonštatovať, že označenie "Róm" sa vo verejnom diskurze stalo synonymom pre najrôznejšie druhy sociálnych anomálií a spoločensky neprijateľného správania.

PRÍČINY STAVU - ODSTRÁNENÍM KTOREJ PRÍČINY A PREČO SA CHCE PROJEKT ZAOBERAŤ

Tieto percepcie umocňuje viacero faktorov : mediálna profilácia Rómov a tendenčné zneužívanie témy na bulvarizáciu a senzáciu, populizmus určitej časti politického spektra, latentný postoj spoločenských autorít, ktoré nijak zásadne nevstupujú do verejného diskurzu s úmyslom pozitívne ovplyvňovať verejnú mienku o rómskom etniku apod. K uvedeným negatívnym percepciám Rómov zo strany širokého spektra spoločnosti však v prvom rade prispieva nedostatočná propágacia a nedostatočné zviditeľňovanie integrovanej časti rómskeho etnika, ktorá sa v celospoločenskom vnímaní Rómov stala prehliadanou. Absencia dôrazu na integrovaných Rómov vo verejne viditeľnom priestore je jednou z príčin, prečo sa percepcie Rómov obmedzili len na sociálne vylúčenie, početne menšiu časť rómskeho etnika, a prečo sa na negatívnych následkoch sociálneho vylúčenia vyprofiloval image rómskej minority ako celku.

METÓDA

Spôsob, ako možno postupne meniť naznačenú paradigmu, je dostať do povedomia čo najširšieho spektra spoločnosti práve tých Rómov, ktorí nie sú ani "osadníci", ani "hudobníci", teda vymykajúci sa z obvyklej predstavy "typického Róma".

Z metologického hľadiska bude kampaň koncipovaná tak, aby nepôsobila prvoplánovo a príliš explicitne, t.j. ako zjavná odpoveď na tón a smer verejného diskurzu. Takýto postup by totiž mohol vyvolať skôr kontraproduktívny, opačný efekt - verejnosť by kampaň od začiatku vyhodnotila ako názorového oponenta, čo celkom prirodzene zabráni tomu, aby sa s jej posolstvom identifikovala. (Čo je zároveň potenciálny faktor, ktorý by mohol skomplikovať dosiahnutie zamýšľaného cieľa)

Kampaň sa preto bude snažiť posúvať "pozitívne rómske vzory" skôr podprahovo s využitím najúčinnějších marketingových stratégií, ktoré umožnia prirodzené, postupné zviditeľňovanie Rómov z najrôznejších sociálnych štruktúr, a ktoré zároveň zabráni tomu, aby sa posolstvo kampane apriórne spochybňovalo. (Príklad nežiaducej reklamy: "Rómovia nie sú paraziti". Príklad zamýšľanej reklamy: "Som Rómka a som lekárka")

FORMY

kampaň bude pozostávať z niekoľkých marketingových foriem, u ktorých sa očakáva

najväčší dopad na cieľovú skupinu:

- billboardová časť
- televízne spoty
- webstránka ako informačný sprievodca o kampani a zároveň zdroj multitematických informácií o rómskej menšine
- letáčky a skladačkové prospekty s obsahom pozitívne propagujúcim integrovaných Rómov
- verejné diskusie vo formáte tzv. "živých knižníc"

5. Nadväznosť cieľov projektu na prioritnú oblasť, uvedenú v bode 3 (bez uvedenia akýchkoľvek identifikačných údajov žiadateľa!)

VZŤAH K PRIORITNEJ OBLASTI AD 3:

Mediálna kampaň je svojou podstatou formou komunikácie so širokou verejnosťou, čím umožňuje, aby sa menil charakter dialógu medzi majoritou a rómskou menšinou. Tým, že svojim cieľom aspiruje na zmenu paradigmy vo vnímaní rómskeho etnika, prispieva k neutralizácii aktuálneho nenávisťného diskurzu a prispieva k zvyšovaniu porozumenia a vzájomnej tolerancie.

VZŤAH K PRIORITNEJ OBLASTI AD2:

V súlade s cieľom zviditeľniť integrovanú časť rómskeho etnika a predstaviť ju verejnosti ako bežných ľudí, ktorí majú podobné spoločenské statusy a životné príbehy ako ktorýkoľvek iný príslušník majority, je jedným z účinných spôsobov eliminácie predsudkov a stereotypov. Práve z nich pramenia ďalšie, tvrdšie prejavy intolerancie, akými je diskriminácia na rôznych úsekoch spoločenského života a násilie s motívom paušálnej nenávisťi ku konkrétnemu etniku.

6. Cieľová skupina (bez uvedenia akýchkoľvek identifikačných údajov žiadateľa!)

(uvedie sa konkrétna cieľová skupina, počet osôb, pre ktoré bude projekt realizovaný a odôvodní sa, prečo bude projekt realizovaný práve pre uvedenú skupinu osôb, spôsob zapojenia cieľovej skupiny ako aktéra, oslovenie širokej verejnosti)

Odmietavý postoj voči Rómom nie je vždy reakciou na nevyriešené sociálne problémy marginalizovaných rómskych komunít zo strany tých príslušníkov majority, ktorých sa tieto problémy priamo týkajú (obyvatelia žijúci v blízkosti osád či mestských ghet). Naopak, tieto postoje veľmi frekventovane deklarujú aj tie skupiny obyvateľov, ktoré žijú v lokalitách s relatívne menším zastúpením sociálne vylúčených Rómov, ba dokonca odznievajú aj zo strany tých, ktorí prichádzajú do styku s rómskou minoritou len veľmi ojedinele. Táto časť verejnosti si utvára svoj postoj práve vďaka homogénne ladenému diskurzu, v ktorom sa profilácia Rómov zužuje na obraz "osadníka" či "parazita".

Túto časť slovenskej majority možno označiť za akúsi "šedú vrstvu", u ktorej existuje predpoklad ovplyvniť jej mienku práve vďaka vyváženiu informácií o Rómoch a upriamovaním jej pozornosti na príklady integrovanej časti rómskeho etnika. Z tohto dôvodu je pre nás najviac relevantnou skupinou, na ktorú má zmysel cieľiť kampaň a u ktorej je perspektíva postupnej modelácie mienky smerom k priaznivejšiemu vnímaniu rómskej menšiny.

Vzhľadom na to, že kampaň bude realizovaná celoplošne s využitím televíznej a

billboardovej reklamy, možno očakávať, že sa okrem cieľovej skupiny dotkne aj ďalších "názorových skupín".	
7. Miesto realizácie a čas realizácie (bez uvedenia akýchkoľvek identifikačných údajov žiadateľa!) (uvedie sa miesto, alebo oblasť realizácie projektu a obdobie počas ktorého sa bude projekt realizovať) Časový horizont realizácie projektu je určený na obdobie júl - december 2011. Všetky súčasti "Kampane" majú celoplošný charakter a budú realizované s celoslovenskou pôsobnosťou.	
8. Pôsobnosť projektu (bez uvedenia akýchkoľvek identifikačných údajov žiadateľa!) (celoštátna, regionálna, miestna) celoštátna	
9. Udržateľnosť projektu (bez uvedenia akýchkoľvek identifikačných údajov žiadateľa!) (stručne sa popíšu aktivity, ktoré budú pokračovať po skončení financovania projektu z dotácie Úradu vlády Slovenskej republiky, prípadne aké ďalšie aktivity budú nadväzovať na projekt, ako budú využité výstupy z projektu v ďalších rokoch.) Projektové aktivity sú súčasťou našej pripravovanej stratégie zameranej na dlhodobú prácu s verejnou mienkou vo vzťahu k rómskemu etniku. Predstavuje jej prvú časť, tzv. "opening". V nasledujúcom časovom období, po skončení projektu (január - december 2012) bude postupne spustený ďalší balík aktivít zameraných na zviditeľňovanie integrovanej časti rómskej menšiny, s cieľom postupne rozbíjať zažitú negatívnu asociáciu o Rómoch. Súčasťou tohto balíka je napríklad ambícia zakomponovať príslušníkov rómskej menšiny do obľúbených a sledovaných slovenských seriálov, talk shows, posúvať "pozitívne príbehy" do mainstreamových printových žurnálov a časopisov, propagovať v radoch mládeže pozitívny image Rómov vypichovaním prienikových hodnôt, ktoré môžu byť pojitkom medzi rómskou a nerómskou mláďou generáciou apod. Z tohto hľadiska je realizácia prekladaného projektu bazálnou časťou stratégie, nakoľko svojim dosahom a údernosťou dokáže sprístupniť tému širokému okruhu spoločnosti a nadstaviť ju na postupné a citlivé zviditeľňovanie tej časti rómskeho etnika, ktoré práve svojim vlastným príkladom dokáže najúčinnejšie búrať zaužívané predsudky.	
10. Celkové rozpočtové náklady v eurách	44.720,- Eur
11. Vlastné zdroje financovania projektu v eurách	2.430,- Eur
12. Iné zdroje financovania projektu v eurách	
13. Výška požadovanej dotácie v eurách (v členení na bežné a kapitálové výdavky)	42.290,- Eur
14. Aktivity (bez uvedenia akýchkoľvek identifikačných údajov žiadateľa!) (stručný popis aktivít projektu, popis realizácie a predpokladaný harmonogram)	

projektových aktivít)

Kampaň pozostáva z niekoľkých častí :

1. WEBSTRÁNKA

- objasní kampaň
- v prijateľnom jazyku a forme priblíži vznik a príčiny vylúčenia a sociálnych problémov Rómov
- sprístupní texty, ktoré svojimi obsahom demytizujú Rómov formou katalógu zrozumiteľných racionálnych argumentov (priblíži reálne demografické štatistiky rozptylu populácie a pôrodnosti, čerpania dávok v hmotnej núdzi, ozrejmi rozdiel medzi rasovomotivovanou kriminalitou a krádežmi zemiakov apod)
- bude plniť funkciu zdroja informácií o pozitívnych aktivitách Rómov

Za tvorbu textov budeme zodpovední v súčinnosti s externými expertami v oblasti.

Jazyková stránka textu musí mať prijateľnú formu pre verejnosť, musí byť dostatočne zrozumiteľná a mať jasný odkaz, čo vyžaduje prácu PR človeka i grafika.

2. VELKOPLOŠNÁ PRINTOVÁ REKLAMA (billboard)

Obsahom veľkoplošnej reklamy má byť prezentácia reálnych Rómov zastupujúcich tú ktorú sociálno-ekonomickú skupinu v rámci spoločenskej štruktúry na Slovensku..

Samotné kreatívne a technické prevedenie by sa malo byť adekvátne zamýšľanej pointe, a síce prezentovať príklady pozitívnych rómskych vzorov.

Napríklad : plochu môže pokrývať fotografia Róma/Rómky so sloganom v duchu "Som Rómka a som lekárka. Denne sa starám o vaše zdravie". "Som Róm, a pracujem ako železničný výpravca. Podieľam sa na tom, aby vás vlaky včas a bezpečne dopravili do cieľa."

Zvolený formát má zabrániť tomu, aby verejnosť vnímala kampaň (resp. billboard) ako priamu odpoveď na mainstreamované klíše o kriminalite či parazitizme. Práve tým, že svedectvo o sebe podáva konkrétny reálny Róm sa posolstvo o tom, že nie všetci Rómovia sú paraziti, stáva dôkazným argumentom samo o sebe.

3. TELEVÍZNE SPOTY

Predstavujú audiovizuálnu formu propagácie rómskeho etnika. Posolstvo, ktoré majú priblížiť verejnosti, zodpovedá kontextu kampane - kreatívne spracovaným audiovizuálom a úderným sloganom predstavujú verejnosti ďalšie pozitívne príklady Rómov.

4. PRINTOVÉ LETÁKY A SKLADAČKY

Ide o útle, graficky pútavo spracované letáky (formát A5) a skladačky (zložený formát strany A4, ev. A3), propagujúce ďalšiu sériu pozitívnych rómskych vzorov.

Ich distribúcia bude smerovať do zariadení najviac navštevovaných verejnosťou, v ktorých vystáva priestor na čítanie stručných, publicisticky a graficky prítlačivo spracovaných osobných príbehov Rómov: čakárne v zdravotníckych zariadeniach, vestibuly administratívnych budov, staničné čakárne dopravných prostriedkov apod.

5. VEREJNÉ DISKUSIE S PRIAMOU PARTICIPÁCIOU PRÍSLUŠNÍKOV RÓMSKEHO ETNIKA - TZV." ŽIVÉ KNIŽNICE"

Uvedený formát diskusie predstavuje jednu z variant komunikačnej stratégie, ktorou priamo príslušníci rómskeho etnika poskytujú osobnú výpoveď verejnosti o svojom spôsobe života, hodnotách a vlastnom životnom príbehu.

Uvedeným formátom živej knižnice sa presúva diskusia z roviny čisto akademickej do roviny, v ktorej je výpovedná hodnota argumentov podporená priamou osobnou výpoveďou samotných Rómov.

Okrem samotných rómskych účastníkov diskusie sa jej zúčastnia zástupcovia odbornej obce venujúcej sa problematike sociálnej exklúzie a integrácii Rómov.

Celkové zloženie "diskusného fóra":

- moderátor
- 2 odborníci v danej problematike - zástupcovia tretieho sektoru, akademickej obce, z radov policy makers apod.
- 2 príslušníci rómskej menšiny

Diskutujúci z radovej odbornej obce prezentujú relevantné informácie z hľadiska svojho oboru, zatiaľ čo "laická časť" účastníkov z radov konkrétnej menšiny poskytuje osobnú výpoveď k problematike, čím predstavuje akési premostenie do sociálnej reality a k problémom, s akými sa potýkajú.

Tematické zameranie diskusií - v duchu : "Nevadia mi Rómovia, vadia mi neprispôsobiví Cigáni - mýty a fakty o rómskej menšine"

Tematické zameranie sleduje cieľ eliminovať opakované a zaužívané kliše o Rómoch ako o jednoliatej, "sociálne degenerovanej" skupine, pričom tieto mýty konfrontuje s faktami poskytnutými odbornou časťou diskusného kruhu a osobným príkladom živej knižnice.

Miesto a počet diskusií

4 diskusie v Bratislave

1 diskusia v Banskej Bystrici

1 diskusia v Trnave

1 Diskusia v Košiciach

Zabezpečenie účasti

- informačné letáky propagujúce diskusiu - distribuované do vysokých škôl, výlepom na povolené reklamné miesta a voľným rozdávaním verejnosti (pred nákupnými strediskami, budovami úradov, v dopravných staniciach apod)
- pozvánky a e-flajeri šírené internetom a virtuálnymi sociálnymi sieťami (náš fanpage na sieti Facebook má 40.000 členov), vrátane vlastnej web stránky
- tlačovou správou adresovanou najmä regionálnym médiám v lokalite, v ktorej má diskusia prebiehať

15. Výsledky a výstupy (bez uvedenia akýchkoľvek identifikačných údajov žiadateľa!)

(uved'te kvantitatívne a kvalitatívne indikátory dosahovania cieľov projektu, spôsob vyhodnotenia úspešnosti projektu)

KVANTITATÍVNY VÝSTUP

1. webstránka
2. billboardy - najmenej v počte 100 ks, t.j. v každom kraji cca 10-12 ks
3. Reklamný spot vysielaný ako súčasť reklamného balíka v stanovenom vysielacom čase
(Frekvencia vysielania v jednotlivých televíziách je závislá od partnerskej dohody medzi mediálnou agentúrou a konkrétnou televíziou. Súčasťou partnerskej dohody medzi zadávateľom reklamy, reklamnou / mediálnou agentúrou a konkrétnou televíziou je bezodplatný priestor vo vysielanom reklamnom bloku)
4. Printové letáky a skladačky:
Formát : A4, A5
5. Predpokladaný počet kusov: 20.000
6. Verejné diskusie - živé knižnice
Počet: 7 diskusných podujatí

KVALITATÍVNE INDIKÁTORY

Vzhľadom na relatívne krátku dobu trvania projektu (6 mesiacov) nie je možné v rovnakom čase, súčasne ako beží kampaň, zároveň vyhodnocovať jej dopad na verejnú mienku formou metodicky adekvátneho prieskumu verejnej mienky. (Pri spustení kampane nám budú k dispozícii výsledky výskumu verejnej mienky o postoji verejnosti k rómskej menšine zo zdrojov spolupracujúceho subjektu ako východiskové indikátory)

V súčasnosti má však nemalú výpovednú hodnotu diskurz prebiehajúci vo virtuálnom prostredí a na sociálnych sieťach, kde možno pozorovať dopad kampane cez charakter reakcií užívateľov virtuálnych sietí.

Postoje verejnosti vnímame tiež prostredníctvom rôznych interaktívnych vzdelávacích a kultúrno-spoločenských aktivít, ktoré realizujeme s vybranými skupinami obyvateľstva na tému rasovej, národnostnej a etnickej znášanlivosti ako súčasť našich bežných dlhodobých aktivít. Pri nich takisto prichádza k demonštrácii postojov a percepcií rómskej menšiny. Porovnanie týchto "reakcií" po skončení kampane je preto jedným z indikátor, ktorý dokáže poskytnúť informáciu o dopade kampane na smer, radikálnosť a frekvenciu nenávistných postojov voči Rómom.

Očakávaný dopad projektu by sa mal odrážať v zmierlivejšom vnímaní rómskej menšiny alebo aspoň v nadstavení senzibility u cieľovej skupiny tak, aby bola schopná reflektovať integrovanú časť rómskeho etnika.

16. Predošlé skúsenosti s realizáciou aktivít a projektov v danej oblasti (bez uvedenia akýchkoľvek identifikačných údajov žiadateľa!)

(stručná informácia o skúsenostiach žiadateľa s realizáciou podobných aktivít v minulosti a jeho odbornosti v danej oblasti)

Projektov podobného typu (t.j. mediálnych kampaní schopných modelovať verejný diskurz) sme v minulosti zrealizovali niekoľko, pričom v zásade každú možno vyhodnotiť ako veľmi úspešnú. S odstupom času možno dokonca skonštatovať, že práve vďaka sérii takýchto kreatívnych kampaní (v synergickom efekte s ďalšími aktivitami) sa podarilo zlomiť verejnú mienku o extrémizme a kraj nepravícových hnutiach, ktoré boli dovtedy latentne akceptované ako súčasť "subkultúrneho folklóru". Kampane

pracovali s tematikou neonacistických, krajnepravicových hnutí a výrazne sa podpísali na ich sprofanovaní v optike veľkej časti mladej generácie (na ktorú boli primárne cielené)

17. Publicita projektu (bez uvedenia akýchkoľvek identifikačných údajov žiadateľa!)

Vzhľadom na samotnú povahu projektu, ktorý je skoncipovaný ako masová mediálna kampaň, je publicita a viditeľnosť projektu jeho logickou, inherentnou vlastnosťou.

V Bratislave, dňa 20.mája 2011

Podpis štatutárneho zástupcu žiadateľa
Odtlačok pečiatky žiadateľa

PROJEKT:

ŠTRUKTUROVANÝ ROZPOČET				
A. Pozíkována dotácia od Úradu vlády Slovenskej republiky				
Bežné výdavky				
Typ výdavku	Jednotka	Cena za jednotku	Počet jednotiek	Výdavky spolu
1. Osobné výdavky				
1.2 administratívna obsluha projektu	mesiac	290,00 €	6	1 740,00 €
1.3 autori textov pre webstránku	text	30,00 €	15	450,00 €
Celkom				2 190,00 €
2. Cestovné výdavky (výdavky na cesty, ubytovanie a pod.)				
				0,00 €
Celkom				0,00 €
3. Výdavky na služby a tovary súvisiace s realizáciou projektu				
3.1 jazyková úprava textov - webstránka	Normostrana A4	4,00 €	15	60,00 €
3.2 grafický dizajn a tvorba webstránky	layout	500,00 €	1	500,00 €
3.3 programovanie webstránky s 15 podstránkami	webstránka	1 000,00 €	1	1 000,00 €
3.4 Inštalácia a parametrizácia CMS systému na sever	výkon inštalácie a parametrizácie	350,00 €	1	350,00 €
3.5 Webhosting	nájom dátového priestoru /mesiac	100,00 €	3	300,00 €
3.6 Veľkoplošná printová reklama - kreatíva (grafika a dizajn)	návrh - kreatíva	2 000,00 €	1	2 000,00 €
3.7 Veľkoplošná printová reklama - tlač	ks	25,00 €	100	2 500,00 €
3.8 Veľkoplošná reklama - prenájom reklamnej plochy	ks	180,00 €	100	18 000,00 €
3.9 Výroba spotu - kreatíva	návrh - kreatíva	500,00 €	1	500,00 €
3.10 Výroba spotu - technická tvorba	spot	7 000,00 €	1	7 000,00 €
3.11 Printové letáky a skladačky - grafika a dizajn	návrh - kreatíva	150,00 €	1	150,00 €
3.12 Printové letáky a skladačky - tlač	ks	0,03 €	20 000	600,00 €
3.13 Printové letáky a skladačky - distribúcia	ks	0,012	20 000	240,00 €
3.14 Projektový koordinátor	mesiac	1 000,00 €	6	6 000,00 €
Celkom				39 200,00 €
4. Administratívne výdavky				
Vyúčtovanie projektu	záverečná vyučtovacia správa	600,00 €	1	600,00 €
Telefón	mesiac	50,00 €	6	300,00 €
				0,00 €
Celkom				900,00 €
5. Iné oprávnené výdavky				
				0,00 €

Celkom					0,00 €
Spolu (bežné výdavky)					42 290,00 €
Kapitálové výdavky					
Typ výdavku	Jednotka	Cena za jednotku	Počet jednotiek	Výdavky spolu	
				0,00 €	
Spolu (kapitálové výdavky)					0,00 €
SPOLU (bežné + kapitálové výdavky)					42 290,00 €
B. Vlastné zdroje					
Cestovné náklady pri diskusiách				345,00 €	
Honoráre diskutujúcim				1 400,00 €	
Občerstvenie v rámci diskusií				100,00 €	
Ubytovanie a polpenzia na 1 deň pre diskutujúceho				175,00 €	
Propagačné materiály diskusií – grafika				70,00 €	
Propagačné materiály – tlač				140,00 €	
PR a propagačné aktivity				200,00 €	
SPOLU (vlastné zdroje)					2 430,00 €
C. Finančné prostriedky z iných zdrojov					
SPOLU (finančné prostriedky z iných zdrojov)					0,00 €
SPOLU (B plus C aj v % vyjadrení voči celkovým nákladom projektu)			5,43%	2 430,00 €	
VÝDAVKY SPOLU (Úrad vlády Slovenskej republiky, vlastné zdroje, prostriedky z iných finančných zdrojov)					44 720,00 €
Výnosy					0,00 €

Vysvetlivky:

V stĺpci "jednotka" sa uvádza napríklad, kus, meter, jednotka, jednotka času a podobne.
Ceny sa uvádzajú vrátane DPH.

NÁZOV ORGANIZÁCIE:

MIESTO A DÁTUM:

ŠTATUTÁRNY ZÁSTUPCA: *Irena Bhatia*

OTLAČOK PEČIATKY A PODPIS:



LUDIA PROTI RASIZMU

P.O.BOX 33, 820 04 Bratislava 24
tel.: 02/ 529 62 613, info@rasizmus.sk
IČO: 31818676

Komentár k rozpočtu:

1.2 administratívna obsluha projektu

administratívny pracovník je odmeňovaný za 20hodinový pracovný čas v týždni

cena 1 hodiny = 3,62,- eur brutto

3. Výdavky na služby a tovary súvisiace s realizáciou projektu

všetky uvedené ceny sú vyčíslené na základe porovnávania cenových ponúk viacerých reklamných agentúr

umiestňovanie televíznych spotov do vysielacieho priestoru nie je súčasťou rozpočtu, nakoľko jeho náklady sú súčasťou dohody o bezodplatnom poskytnutí vysielacieho priestoru

3.13 projektový koordinátor

uvedená cena je vyčíslená ako brutto odmena na fakturu

koordinátor pracuje denne 8 hodín (+ 30minút na obedňajšiu prestávku), v čase od 09 h do 17.30h, od pondelku do piatku

cena na 1 hodinu : 6,25,-eur brutto