|  |
| --- |
| **Lokalne kryteria wyboru** **dla operacji składanych przez podmioty inne niż LGD, z wyłączeniem projektów grantowych** |
| **Kryterium** | **Opis** | **Punkty - opis** | **Pkt** | **Propozycja sposobu weryfikacji kryterium** | **Odniesienie do analizy SWOT, wraz ze wskazaniem odniesień do Diagnozy (D), Wniosków ze spotkań (W), Badań (B)** | **Wskaźniki produktu (wP) i rezultatu (wR).****Komunikacja (K)** | **Przedsięwzięcie** |
| **Szkolenia ochrona środowiska** | Preferuje operacje, których wnioskodawca uczestniczył/a w szkoleniach nt. ochrony środowiska, zmian klimatycznych, w tym stosowania odnawialnych źródeł energii (OZE)  | certyfikat uczestnictwa w szkoleniu  | 1 | Szkolenia bezpłatne, organizuje LGD. Kryterium weryfikowane na podstawie rejestru uczestników szkolenia. Uczestnikiem szklenia powinna być osoba odpowiedzialna za osiągnięcie celów. Uczestnik otrzymuje certyfikat po uzyskaniu min. 80% punktacji z testu .  | Niepowtarzalne walory przyrodniczo- krajobrazowe (B, W, D). Niska świadomość ekologiczna mieszkańców związana z przeciwdziałaniem zmianom klimatu, dotycząca gospodarki odpadami (W, B).Niski stopień wykorzystania odnawialnych źródeł energii (W). | wR 1.1­\_3wR 1.2\_3wR 2.1\_5wP 1.1.1\_3wP 1.1.2\_2wP 1.2.1\_3wP 1.2.2\_3wP 1.2.3\_4wP 2.1.2\_3- Szkolenie z zakresu ochrony środowiska zakończone i certyfikatem za test (K) | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3P. 2.1.2P. 2.1.3P. 2.2.2P. 2.2.3 |
| brak certyfikatu  | 0 |
| **Szkolenia zachowanie specyfiki obszaru** | Preferuje operacje, których wnioskodawca uczestniczył w szkoleniach nt. specyfiki obszaru z zakresu jego walorów spójnego, działań promocyjnych, zasad zamieszania oferty na stronach, zasad oznakowania i promocji.  | certyfikat uczestnictwa w szkoleniu  | 1 | Szkolenia bezpłatne, organizuje LGD min. 1 raz w miesiącu. Kryterium weryfikowane na podstawie rejestru uczestników szkolenia. Uczestnikiem szklenia powinna być osoba odpowiedzialna za osiągnięcie celów. Uczestnik otrzymuje certyfikat po uzyskaniu min. 80% punktacji z testu.  | Rosnąca świadomość lokalnej społeczności o specyfice obszaru (W, B).Niepowtarzalne walory przyrodniczo- krajobrazowe, związane z prowadzoną gospodarką rybacką w tym istniejące i planowane obszary objęte różnymi programami ochrony(B, W, D).Słaba znajomość pośród mieszkańców lokalnej historii, dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego, specyfiki krajobrazu (W,B).Brak spójnego oznakowania i informacji o istniejących zabytkach i atrakcjach, system informacji o szlakach i ofercie turystycznej(D, B). | wR 1.1­\_3wR 1.2\_3wR 2.1\_5wP 1.1.1\_3wP 1.1.2\_2wP 1.2.1\_3wP 1.2.2\_3wP 1.2.3\_4wP 2.1.2\_3- Szkolenia z zakresu specyfiki obszaru zakończone certyfikatami (1 raz w miesiącu ), Prowadzenie rejestru uczestników szkoleń (K) | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3P. 2.1.2P. 2.1.3P. 2.2.2P. 2.2.3 |
| brak certyfikatu  | 0 |
| **Przygotowanie wniosku**  | Preferuje operacje, których wnioskodawca uczestniczył w szkleniu z przygotowania wniosku nt: warunków dostępu, wypełnienia wniosku, biznesplanu/studium wykonalności, załączników uwzględniających realizacją celów LSR | uczestniczył w szkoleniu  | 1 | Szkolenia bezpłatne, organizuje LGD min. 2 raz w miesiącu poprzedzającym ogłoszenie naboru wniosków. LGD sporządza rejestr uczestników i wydaje zaświadczenie uczestnictwa.  | Niskie kompetencje mieszkańców związane z zarządzaniem, pozyskiwaniem i rozliczaniem środków, członków i osób działających w organizacjach pozarządowych (W).Brak instytucji otoczenia biznesu, brak kompleksowego wsparcia i doradztwa dla lokalnej przedsiębiorczości, zróżnicowanych usług, zawodów, profesji (D).Niskie kompetencje w zakresie możliwości dywersyfikacji źródeł dochodów, szczególnie wśród osób mających zatrudnienie w rolnictwie i rybactwie (D, W, B).Środki UE przeznaczone na aktywizację społeczną i wsparcie grup zagrożonych wykluczeniem społecznym (D).  | wR 1.1­\_3wR 1.2\_3wR 2.1\_5wP 1.1.1\_3wP 1.1.2\_2wP 1.2.1\_3wP 1.2.2\_3wP 1.2.3\_4wP 2.1.2\_3- Szkolenia z zakresu specyfiki obszaru zakończone zaświadczenie (min. 2 razy w miesiącu poprzedzającym ogłoszenie naborów) (K)  | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3P. 2.1.2P. 2.1.3P. 2.2.2P. 2.2.3 |
| nie uczestniczył w szkoleniu  | 0 |
| **Rozwijanie oferty obszaru** | Preferuje operacje wykonywane **przez podmioty** tworzące lub rozwijające ofertę obszaru | Podmiot tworzy nową ofertę.  | 2 | Preferuje podmioty aktywnie tworzące ofertę obszaru tj. zarejesrtowane podmioty (rejestracja nieodpłatna), których oferta jest i opisana na stronie www.dbpoleca. barycz.pl - baza producentów i usługodawców z obszaru.Wnioskujący podmiot posiada potwierdzone rejestracją konto i aktualną ofertę .Wniosek zawiera opis planowanej oferty lub zakres rozwijanej aktualnej oferty. | Istniejące na obszarze markowe, rozpoznawalne i identyfikowane z obszarem produkty lokalne oraz rękodzielnicze, w tym karp jako rozpoznawany markowy produkt obszaru (B, D).Niewystarczająca współpraca podmiotów usługowych (noclegi, gastronomia, oferta turystyczna, komunikacja) (B, W).Niewystarczająca współpraca podmiotów rolnych i rybackich z innymi podmiotami (sklepy, restauracje, sprzedaż bezpośrednia) w ramach krótkiego łańcucha dostaw (W, B).Brak kompleksowej oferty rekreacyjnej i turystycznej obszaru, w tym dostosowania jej do potrzeb turysty zagranicznego, rodzin z dziećmi, seniorów, niepełnosprawnych, grup sportowych (W, B). | wR 1.2\_4wR 2.1\_5wR 2.2\_4wP 1.2.1\_1wP 1.2.2\_1,2wP 1.2.3\_1,2wP 2.1.2\_1wP 2.1.3\_1wP 2.2.2\_1wP 2.2.3\_1,2– szkolenia z oferty obszaru – serwisy, kampania promocyjna DBP, edukacja (K) | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3P. 2.1.2P. 2.1.3P. 2.2.2P. 2.2.3 |
| Podmiot rozwija istniejąca ofertę.  | 1 |
| brak powiązań podmiotu z ofertą obszaru  | 0 |
| **Innowacyjność** | Preferuje operacje niespotykane w skali, gminy, przedsiębiorstwa, organizacji tj. wykorzystujące niepraktykowane dotąd zastosowania zasobów, rozwiązań i potencjału (przyrodniczego, wodnego kulturowego, rybackiego, architektonicznego itp.).  | innowacja na poziomie wykorzystania zasobu lub procesu i produktu | 2 | Kryterium weryfikowane na podstawie informacji we wniosku. Zaplanowane działania i /lub koszty przyczynią się wprowadzenia innowacji w zakresie wykorzystania zasobów lub innowacji produktowej lub procesowej - nowego lub znacząco ulepszonego rozwiązania w odniesieniu do **produktu** (towaru lub usługi), **procesu** w tym **marketingu.** • innowację produktową - wprowadzenie na rynek nowego towaru lub usługi lub znaczące ulepszenie oferowanych uprzednio towarów i usług;• innowację procesową - wprowadzenie do praktyki nowych lub znacząco ulepszonych metod produkcji lub dostawy;• innowację marketingową - zastosowanie nowej metody marketingowej obejmującej znaczące zmiany w wyglądzie produktu, jego opakowaniu, pozycjonowaniu, promocji, polityce cenowej lub modelu biznesowym, wynikającej z nowej strategii marketingowej przedsiębiorstwa; | Ograniczona możliwość dostępu do innowacji ze względu na relatywnie wysokie koszty nowych rozwiązań; braki w know-how (W).Wysokie koszty nowoczesnych instalacji dla ekoinnowacyjnych rozwiązań (w tym alternatywnych źródeł energii eklektycznej oraz ciepła) (W).Wykorzystanie potencjału napływowych mieszkańców (inicjatywy, kreowanie nowych produktów, usług) (W).Odpływ młodych i aktywnych ludzi, brak wsparcia dla „wypalonych” liderów (W). | wR 1.1\_1,2wR 1.2\_1,2wR 2.1\_6wR 2.2\_3wP 1.1.1\_1wP 1.1.2\_1wP 1.2.1\_1,2wP 1.2.2\_1,2wP 1.2.3\_1,2wP 2.1.2\_1wP 2.1.3\_1wP 2.2.2\_1wP 2.2.3\_1,2 | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3P. 2.1.2P. 2.1.3P. 2.2.2P. 2.2.3 |
| brak innowacyjnego charakteru | 0 |
| **Wkład własny**  | Preferowane będą operacje w których deklarowany wkład własny jest większy od minimalnego wkładu wymaganego w LSR  |  co najmniej 10 punktów procentowych  | 3 | Kryterium weryfikowane na podstawie, informacji zawartych w biznes planie, opisie operacji, wniosku. Wkład własny (finansowy, rzeczowy, praca własna ( za wyjątkiem RiM)Wielkość **całkowitych wydatków kwalifikowalnych** w stosunku do **maksymalnej wartości całkowitych** wydatków kwalifikowalnych projektu określonych w ogłoszeniu o konkursie.  | Rosnąca rozpoznawalność obszaru jako miejsca rekreacji i wypoczynku oraz miejsca do zamieszkania (B, D).Możliwe do pozyskania fundusze na rozwijanie działalności gospodarczych i miejsc pracy na obszarze.(D)Zewnętrzne środki i programy rozwijające aktywność społeczną i działalność organizacji pozarządowych (W)Wzrastająca świadomość w zakresie pozyskiwania doświadczenia i umiejętności społecznych w ramach wolontariatu a także w zakresie tworzenia miejsc pracy (W).Środki UE przeznaczone na aktywizację społeczną i wsparcie grup zagrożonych wykluczeniem społecznym (D)  | wR 1.1\_1,2wR 1.2\_1,2wR 2.1\_6wR 2.2\_3wP 1.1.1\_1wP 1.1.2\_1wP 1.2.1\_1,2wP 1.2.2\_1,2wP 1.2.3\_1,2wP 2.1.2\_1wP 2.1.3\_1wP 2.2.2\_1wP 2.2.3\_1,2 | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3P. 2.1.2P. 2.1.3P. 2.2.2P. 2.2.3 |
| co najmniej 5 punktów procentowych  | 2 |
| co najmniej 3 punktów procentowych  | 1 |
| wkład własny zgodny z LSR | 0 |
| **Wsparcie systemu Dolina Baryczy Poleca**  | Preferuje podmioty współpracujące z użytkownikami znaku Dolin Baryczy Poleca  | stała i sezonowa dostępność min. 3 produktów z listy oraz promocja min. 3 usług , produktów  | 3 | Kryterium weryfikowane na podstawie wsparcia (sprzedaży lub promocja) objętych znakiem produktów lub usług. Kryterium weryfikowane na podstawie danych wnioskodawcy , dokumentacja ekspozycji (zdjęcia, karta dań, informacja na stronie itp) oraz listy sprzedawanych produktów lokalnych weryfikowanych na podstawie danych ze strony www.dbpoleca.barycz.pl - znakowanie oferty sprzedaży produktu (zdjęcie ekspozycji), dowody dostaw, upublicznienie oferty informacji w serwisie, dystrybucja ulotek.Kryterium uwzględnia produkty i usługi inne niż własne | Funkcjonujący system „Dolina Baryczy Poleca”. (D, B)Niewystarczające wykorzystanie i zaangażowanie producentów i usługodawców w działania systemu „Dolina Baryczy Poleca”. (W)Brak mechanizmów weryfikacji pochodzenie karpia, konkurencja i psucie marki. (B, W, D) | wR 1.1\_1,2wR 1.2\_1,2wR 2.1\_6wR 2.2\_3wP 1.1.1\_1wP 1.1.2\_1wP 1.2.1\_1,2wP 1.2.2\_1,2wP 1.2.3\_1,2wP 2.1.2\_1wP 2.1.3\_1wP 2.2.2\_1wP 2.2.3\_1,2 | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3P. 2.1.2P. 2.1.3P. 2.2.2P. 2.2.3 |
| stała lub sezonowa dostępność min. 2 produktu z listy oraz promocja min. 2 usług , produktów  | 2 |
| stała lub sezonowa dostępność min. 1 produktu z listy oraz promocja min. 1 usługi, produktu  | 1 |
| brak wsparcia systemu ( brak dostępności i promocji produktów i usług)  | 0 |
| **Analiza popytu/ jakość biznes planu** **Przedsiębiorcy**  | Preferuje operacie W ramach których przygotowana została wiarygodna analiza popytu, potrzeba rynku wskazana została grupy odbiorców działań lub produktu lub usług - będących rezultatem projektu.  | analiza uzasadnia potrzebę realizacji operacji  | 1 | Analiza popytu wykazuje zapotrzebowanie na realizację danego projektu, w tym wiarygodność partnerów, zakładanych rezultatówBiznes plan, opis operacji określa bieżącą wielkość popytu, grupy docelowe oraz przyszły popyt, zainteresowanie. Opis określa jak wyglądać będą możliwości korzystania z usług lub oferty z uwzględnieniem potencjału nabywczego odbiorców. Analiza powinna potwierdzać potrzebę realizacji projektu. | Brak badań dotyczących potencjału ekonomiczno – gospodarczego obszaru, w szczególności rybackiego.(B, W, D) Zmniejszająca się liczba gospodarstw rolnych, stanowiących potencjał dla powstania lokalnych produktów (masowa produkcja wywożona poza obszar). (D)Niskie kompetencje w zakresie możliwości dywersyfikacji źródeł dochodów, szczególnie wśród osób mających zatrudnienie w rolnictwie i rybactwie. (D, W, B)Niewystarczająca wiedza i infrastruktura służąca dostawom oraz wyposażaniu punktów sprzedaży produktów lokalnych. (B)Brak wsparcia i edukacji dla przedsiębiorczości na wszystkich szczeblach nauczania, mający wpływ migracje ludzi w szczególności młodych i wykształconych (D, W)Zmniejszająca się liczba osób chcących kontynuować tradycyjne zawody - rolnictwo, rybactwo, meblarstwo, kowalstwo itp. (W)Brak mechanizmów kształtujących wśród przedsiębiorców wiedzę i postawy na temat społecznej odpowiedzialność biznesu. (W)Problemy z dostępem oraz z ilością usług dla osób starszych w zakresie kultury i usług społecznych, medycznych (D). | wR 1.1\_1,2wR 1.2\_1,2wP 1.1.1\_1wP 1.1.2\_1wP 1.2.1\_1,2wP 1.2.2\_1,2wP 1.2.3\_1,2- Szkolenia z biznes planu (K) | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3 |
| analiza nie uzasadnia potrzebę realizacji operacji  | 0 |
| **Analiza potrzeb**  | Preferuje operacie w ramach których przygotowana została wiarygodna analiza potrzeb, uzasadniona została potrzeba społeczności lokalnej, wskazana została grupy odbiorców działań lub efektów będących rezultatem projektu. | analiza uzasadnia potrzebę realizacji operacji  | 1 | Analiza potrzeb wykazuje zapotrzebowanie na realizację danego projektu, w tym wiarygodność partnerów, zakładanych rezultatówPrzedstawiono w opisie analiza potrzeb operacji określa zapotrzebowanie, grupy docelowe oraz przyszłe zainteresowanie. Opis określa jak wyglądać będą możliwości korzystania z usług lub oferty. | Niepowtarzalne walory przyrodniczo- krajobrazowe, związane z prowadzoną gospodarką rybacką w tym istniejące i planowane obszary objęte różnymi programami ochrony. (B, D, W)Rozwój infrastruktury społecznej oraz sportowej i rekreacyjnej, służącej aktywizacji mieszkańców.Istniejące świetlice, domy kultury, infrastruktura społeczna. (D)Braki w wyposażaniu i infrastrukturze edukacyjnej i szkoleniowej, popularyzujące naukę, innowację i rozwiązania służące przeciwdziałaniu zmianom klimatu. (D, W)Brak dostosowania zajęć kulturalnych i aktywizacyjnych do faktycznych oczekiwań i potrzeb konkretnych grup odbiorców (dzieci, młodzież, seniorzy, etc.).(W, D)Niewystarczająca oferta i wymiana dobrych praktyk (wystawy, przeglądy w zakresie animacji grup zorganizowanych, zespołów, kół itp.) (W, B)Brak spójnego oznakowania i informacji o istniejących zabytkach i atrakcjach, system informacji o szlakach i ofercie turystycznej. (D, B)Słabo rozwinięta i oznakowana infrastruktura związana ze szlakami turystycznymi, w szczególności miejscami parkingowymi, informacją o ofercie, miejscach postoju i atrakcjach. (D, W, B)Brak kompleksowej oferty rekreacyjnej i turystycznej obszaru, w tym dostosowania jej do potrzeb turysty zagranicznego, rodzin z dziećmi, seniorów, niepełnosprawnych, grup sportowych (W, B) | wR 2.1\_6wR 2.2\_3wP 2.1.2\_1wP 2.1.3\_1wP 2.2.2\_1wP 2.2.3\_1,2- Element uwzględniony w szkoleniu z pisania wniosków (K) | P. 2.1.2P. 2.1.3P. 2.2.2P. 2.2.3 |
| analiza nie uzasadnia potrzebę realizacji operacji  | 0 |
| **Potencjał /struktura organizacyjna** **NGO** | **Preferuje podmioty mające doświadczenie w realizacji projektów**  | Podmiot posiada doświadczenie  | 1 | Podmiot posiada doświadczenie jeśli spełni oba warunki łącznie .1.Doświadczenie w realizacji projektów na podstawie informacji zawartych we wniosku lub wskazaniu wiarygodnych źródeł informacji np. z strony projekty -barycz.pl – wykaz wniosków realizowanych z pośrednictwem LGD/ LGR, dzialaj.barycz.pl - wykaz projektów realizowanych na terenie LGD w ramach lokalnego konkursu grantowego.2. Przedstawione zostaną informacje na temat wystarczającego zaplecza organizacyjno-techniczne lub administracyjnego lubalternatywną formę wsparcia (umową partnerską, porozumienie) | Doświadczenia i dobre praktyki w prowadzeniu lokalnego konkursu grantowego. (W, D)Rosnąca liczba aktywnie działających organizacji pozarządowych. (D)Wsparcie aktywności mieszkańców w ramach inicjatyw lokalnych, funduszy sołeckich itp.(D)Podniesienie poziomu współpracy pomiędzy instytucjami i organizacjami pozarządowymi. (W)Zewnętrzne środki i programy rozwijające aktywność społeczną i działalność organizacji pozarządowych (W). | wR 2.1\_4wR 2.2\_1wP 2.1.2\_1wP 2.2.2\_1 | P. 2.1.2P. 2.2.2 |
| Podmiot nie posiada doświadczenia  | 0 |
| **Przeciwdziałanie zmianom klimatu w inwestycjach**  | Preferowane operacje w prowadzące do przeciwdziałania zmianom klimatu.  | Koszty związane z przeciwdziałaniem zmianom klimatu stanowią więcej niż 20 % kosztów kwalifikowalnych  | 5 | Przez przeciwdziałanie zmianom klimatu rozumie się:* zastosowanie rozwiązań

gwarantujących oszczędność surowcową, w tym oszczędność wody, materiałów* zastosowanie technologii

mało-i bezodpadowych, w tym zmniejszenie ilości ścieków ,* zastosowanie rozwiązań

gwarantujących zmniejszenie ilości zanieczyszczeń odprowadzanych do atmosfery,* zastosowanie–

rozwiązań gwarantujących zmniejszenie poziomu hałasu,* zastosowanie rozwiązań

wydłużających cykl życia produktu,* inne obszary, w których

ograniczony będzie negatywny skutek środowiskowy w szacowności związany z oszczędnością energiilubZaplanowane działania edukacyjne, szkolenia, udział w zajęciach, seminaria itp..) o tematyce związanej z przeciwdziałaniem zmiany klimatulub planowana operacja realizowana jest w obiektach z wykorzystaniem OZE | Wysokie koszty nowoczesnych instalacji dla ekoinnowacyjnych rozwiązań (w tym alternatywnych źródeł energii eklektycznej oraz ciepła). (W)Niski stopień wykorzystania odnawialnych źródeł energii. (W)Niska świadomość ekologiczna mieszkańców związana z przeciwdziałaniem zmianom klimatu, dotycząca gospodarki odpadami. (W, B). | wR 1.1\_1,2wR 1.2\_1,2wR 2.1\_6wR 2.2\_3wP 1.1.1\_1wP 1.1.2\_1wP 1.2.1\_1,2wP 1.2.2\_1,2wP 1.2.3\_1,2wP 2.1.2\_1wP 2.1.3\_1wP 2.2.2\_1wP 2.2.3\_1,2 | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3P. 2.1.2P. 2.1.3P. 2.2.2P. 2.2.3 |
| Projekt przewiduje zadania związane z przeciwdziałaniem zamianom klimaty  | 1 |
| Projekt nie przewiduje kosztów związanych z przeciwdziałaniem zmianom klimatu  | 0 |
| **Promocja obszaru** | Preferuje operacje, które zakładają promocję (zgodne z SIW) całego obszaru Doliny Baryczy  | Zaplanowane narzędzia promocji / materiały uwzględniają logo DB oraz informacji o całym obszarze  | 3 | Kryterium weryfikowane na podstawie planowanych, wykorzystujących udostępnione przez LGD (logo , informacje o obszarze ( mapa, opis) , hasa porcyjne) , narzędzi promocji tj np:- projektu materiału / wizualizacji dołączonego do wniosku- określone w budżecie narzędzia promocji (np. tablica, ulotka, strona internetowa)**SIW -** System Identyfikacji Wizualnej. **Wniosek zawiera niezbędną dokumentację umożliwiająca realizację planowanego zadnia promocyjnego np. zgłoszenie lub pozwolenie** | Rosnąca rozpoznawalność obszaru – marka Doliny Baryczy. (B, W)Rozpoznawalna i skuteczna oferta promocji w ramach Dni Karpia w Dolinie Baryczy. (D, B)Niewystarczająca dostępność wysokiej jakości materiałów o obszarze – przewodników, map, monografii historycznych i innych materiałów promocyjnych, w tym w językach obcych. Brak „banku” wydawnictw o obszarze. (W, B)Brak spójnego oznakowania i informacji o istniejących zabytkach i atrakcjach, system informacji o szlakach i ofercie turystycznej. (D, B) | wR 1.1\_1,2wR 1.2\_1,2wR 2.1\_6wR 2.2\_3wP 1.1.1\_1wP 1.1.2\_1wP 1.2.1\_1,2wP 1.2.2\_1,2wP 1.2.3\_1,2wP 2.1.2\_1wP 2.1.3\_1wP 2.2.2\_1wP 2.2.3\_1,2SIW \_DB – informacja na szkoleniach o stosowaniu SIW (K) | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3P. 2.1.1P. 2.1.2P. 2.1.3P. 2.2.1P. 2.2.2P. 2.2.3 |
|  Zaplanowane narzędzia promocji / materiały uwzględniają logo Doliny Baryczy i hasło promocyjne  | 1 |
| Projekt nie przewiduje narzędzi promocyjnych obszaru DB  | 0 |
| **Wsparcie oferty obszaru**  | Preferuje operacje wspierające podmioty aktywnie działające na rzecz obszaru lub tworzące ofertę obszaru  | Wnioskodawca lub partner jest zarejestrowany i aktywny  | 1 | Kryterium preferuje osoby fizyczne ( nauczycieli, edukatorów), NGO lub podmioty publiczne wspierające aktywnie działające lub tworzące ofertę obszaru podmioty zarejesrtowane na stornach LGD.Kryterium weryfikowane na podstawie wskazania podmiotu planowanego do wsparcie , przy czym podmiot ten musi być aktywnym użytkownikiem portalu:1. edukacja.barycz.pl . Aktywność określona jest na podstawie min. rejestracji, uczestnictwa w programie oraz aktywności ( raport min 1 raz w miesiącu) .2.aktywni.barycz.pl – Aktywność określna jest na podstawie kompletności profilu i systematycznych min. 1 raz w miesiącu informuje o działaniach,3. działaj barycz.pl – opisane projekty i działania inicjatyw były/ są realizowane przez podmioty planowane do wsparcia.Biuro przygotowuje raport dla Rady | Istniejące na obszarze systemowe rozwiązania służące zachowaniu specyfiki obszaru w zakresie promocji i wsparcie produktów i usług lokalnych – System Dolina Baryczy Poleca, Dni Karpia, Edukacja dla Doliny Baryczy. (B, W, D)Doświadczenia i dobre praktyki w prowadzeniu lokalnego konkursu grantowego. (W, D)Lokalna oferta turystyczna tworzona przez organizacje wiejskie oraz organizacje edukacyjne i przyrodnicze (wsie tematyczne, dni karpia, edukacja). (B, D) | wR 1.1\_1,2wR 1.2\_1,2wR 2.1\_6wR 2.2\_3wP 1.1.1\_1wP 1.1.2\_1wP 1.2.1\_1,2wP 1.2.2\_1,2wP 1.2.3\_1,2wP 2.1.2\_1wP 2.1.3\_1wP 2.2.2\_1wP 2.2.3\_1,2 | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3P. 2.1.2P. 2.1.3P. 2.2.2P. 2.2.3 |
| Podmiot nie jest zarejestrowany | 0 |
| **Komplementarność i powiązanie z realizowanymi projektami** | Preferuje operacje powiązane z innymi realizowanymi projektami.  | zakres operacji jest powiązany z co najmniej jednym realizowanym projektem własnym lub innego podmiotu  | 2 | Przez komplementarność i powiązanie rozumie się: kontynuacje lub rozszerzenia celu / zakresu projektów realizowanych w ramach wdrażania LSR, LSROR 2007-2013Kryterium weryfikowane na podstawie:wskazania projektu ze strony projekty- barycz.pl oraz opisu charakteru powiązania operacji z wskazanym projektem . | Doświadczenia ze wdrażania wielofunduszowych, zintegrowanych strategii wpływających na kompleksową ofertę i rozpoznawalność obszaru z okresu 2007-2013. (B, W, D)Doświadczenia w zakresie promocji obszaru, w tym finasowaniu działań z różnych funduszy. (D, B)Wysoki stopień zależności od rybactwa gwarantujący dostęp do środków zewnętrznych. (D) | wR 1.1\_1,2wR 1.2\_1,2wR 2.1\_6wR 2.2\_3wP 1.1.1\_1wP 1.1.2\_1wP 1.2.1\_1,2wP 1.2.2\_1,2wP 1.2.3\_1,2wP 2.1.2\_1wP 2.1.3\_1wP 2.2.2\_1wP 2.2.3\_1,2   | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3P. 2.1.2P. 2.1.3P. 2.2.2P. 2.2.3 |
| zakres operacji jest powiązany z co najmniej jednym projektem własnym lub innego podmiotu  | 1 |
| brak powiązań  | 0 |
| **Obszar realizacji**  | Preferuje operacje z zakresu infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej,które realizowane będą na obszarze miejscowości do 5 tys. mieszkańców   | operacja realizowana wyłącznie na obszarze miejscowości do 5 tys. mieszkańców  | 1 | Kryterium na podstawie wytycznych premiujący mniejsze miejscowości. | Braki w ogólnodostępnej infrastrukturze w małych miejscowościach. (W)Brak kompleksowej oferty rekreacyjnej i turystycznej obszaru, w tym dostosowania jej do potrzeb turysty zagranicznego, rodzin z dziećmi, seniorów, niepełnosprawnych, grup sportowych. (W, B) | wR 2.2\_3wP 2.2.2\_1wP 2.2.3\_1,2 | P. 2.2.2P. 2.2.3 |
| operacja realizowana w całości lub części na obszarze miejscowości powyżej 5 tys. mieszkańców  | 0 |
| **Wykorzystanie lokalnych zasobów**  | Preferuje operacje, które zachowują i bazują na lokalnym potencjale .  | realizacja projektu bazuje lub służy zachowaniu przynajmniej dwóch ze wskazanych potencjałów,  | 2 | Lokalny potencjał:•kulturalny (np. tradycje i obrzędy, legendy, tradycyjne zawody, zespoły muzyczne etc.),•historyczny (np. zabytki, fakty i przekazyhistorycznych, etc.)•przyrodniczy (charakterystyczna dlaobszaru flora i fauna, w tym gatunki i obszary chronione)•gospodarczy ( tradycyjne zawody w tym rybacki, kowal, piekarz, rolnik itp) | Niepowtarzalne walory przyrodniczo- krajobrazowe, związane z prowadzoną gospodarką rybacką w tym istniejące i planowane obszary objęte różnymi programami ochrony. (B, W, D)Zabytki – kościoły, zamki, pałace, parki (zabytkowe) będące atrakcją turystyczną oraz ciekawa historia obszaru, wynikająca z pogranicznego położenia (dawna granica polsko – niemiecka). (D)Istniejące i aktywnie działające zespoły ludowe i artystyczne.Istniejące na obszarze markowe, rozpoznawalne i identyfikowane z obszarem produkty lokalne oraz rękodzielnicze, w tym karp jako rozpoznawany markowy produkt obszaru. (B, D)Niewystarczające wsparcie (innowacja, kreatywność) i wykorzystanie potencjału umiejętności przetwórczych, rękodzielniczych i artystycznych. (D)Zmniejszająca się liczba osób chcących kontynuować tradycyjne zawody - rolnictwo, rybactwo, meblarstwo, kowalstwo itp. (W)Brak kompleksowej oferty rekreacyjnej i turystycznej obszaru, w tym dostosowania jej do potrzeb turysty zagranicznego, rodzin z dziećmi, seniorów, niepełnosprawnych, grup sportowych. (W, B)Niewystarczająca oferta i wymiana dobrych praktyk (wystawy, przeglądy w zakresie animacji grup zorganizowanych, zespołów, kół itp.). (W, B) | wR 1.1\_1,2wR 1.2\_1,2wR 2.1\_6wR 2.2\_3wP 1.1.1\_1wP 1.1.2\_1wP 1.2.1\_1,2wP 1.2.2\_1,2wP 1.2.3\_1,2wP 2.1.2\_1wP 2.1.3\_1wP 2.2.2\_1wP 2.2.3\_1,2 | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3P. 2.1.2P. 2.1.3P. 2.2.2P. 2.2.3 |
| Realizacja projektu bazuje lub służy zachowaniu jednego ze wskazanych potencjałów | 1 |
| Realizacja projektu nie służy zachowaniu potencjału | 0 |
| **Tworzenie nowych miejsc pracy**  | Preferuje operacje, które utworzą większą liczbę miejsc pracy niż zakładane w LSR minimum  | Tworzy 2 miejsca pracy więcej niż zakładane minimum  | 5 | Strategia i wytyczne Programów określają maksymalną lub średnią wartość miejsca pracy. Średnia wartość miejsca pracy jest wartością szacunkową niezbędną do oszacowania budżetu, przy założeniu że jedno miejsce pracy (PROW) przy wsparciu do 100 tys. zł, rozwijane miejsce pracy do 120 tys. zł (PO RiM) szacunkowa wartość wspartego lub tworzonego miejsca pracy 200 tys. zł.Maksymalna wartość dofinansowania zgodna z rozporządzeniami. Zgodnie z założeniami do planowania budżetu, kwoty mogą ulec zmianie | Duża ilość osób bezrobotnych w osób w wieku produkcyjnym. (D)Niewielka aktywność zawodowa kobiet na wsi. (D)Brak instytucji otoczenia biznesu, brak kompleksowego wsparcia i doradztwa dla lokalnej przedsiębiorczości, zróżnicowanych usług, zawodów, profesji. (D)Niskie kompetencje w zakresie możliwości dywersyfikacji źródeł dochodów, szczególnie wśród osób mających zatrudnienie w rolnictwie i rybactwie. ((D, W, B)Zmniejszająca się liczba gospodarstw rolnych, stanowiących potencjał dla powstania lokalnych produktów (masowa produkcja wywożona poza obszar). (D)Możliwe do pozyskania fundusze na rozwijanie działalności gospodarczych i miejsc pracy na obszarze. (D) | wR 1.1\_1,2wR 1.2\_1,2wR 2.1\_6wR 2.2\_3wP 1.1.1\_1wP 1.1.2\_1wP 1.2.1\_1,2wP 1.2.2\_1,2wP 1.2.3\_1,2wP 2.1.3\_1wP 2.2.3\_1,2. | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3P. 2.1.3P. 2.2.3 |
| Tworzy 1 miejsce pracy więcej niż zakładane minimum  | 3 |
| Tworzy tyle miejsc pracy ile zakłada minimum  | 0 |
| **Defaworyzowani na rynku pracy**  | Operacja związana z **podejmowaniem działalności** gospodarczej realizowana jest przez przedstawiciela jednej ze wskazanych w LSR grup defaworyzowanych na lokalnym rynku pracy  | Operacja jest realizowana przez przedstawiciela grup defaworyzowanych  | 1 | Grupa defaworyzowana została okreśłona w strategii. W przypadku przedsięwzięć 1.2.2 oraz 1.2.3 przyznawana jest dodatkowa premia. | Identyfikacja grup defaworyzowanych. (D)Duża ilość osób bezrobotnych w osób w wieku produkcyjnym. (D)Niewielka aktywność zawodowa kobiet na wsi. (D)Niskie kompetencje cyfrowe osób 50+, umożliwiające dostęp do informacji. (W)Brak systemu wsparcia szkoleń, szkół w zakresie nabycie kwalifikacji dostosowanych do potrzeb rynku pracy w tym branż turystycznej, edukacyjnej, usługi okołoturystyczne i rybackiej. (D, W)Niskie kompetencje w zakresie możliwości dywersyfikacji źródeł dochodów, szczególnie wśród osób mających zatrudnienie w rolnictwie i rybactwie. (D, W, B) | wR 1.1\_1,2,3wR 1.2\_1,2,3wR 2.1\_6,8wR 2.2\_3wP 1.1.1\_1,3wP 1.1.2\_1,2wP 1.2.1\_1,2,3wP 1.2.2\_1,2,3wP 1.2.3\_1,2,4wP 2.1.2\_1,3wP 2.1.3\_1wP 2.2.2\_1wP 2.2.3\_1,2 | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3 |
| Operacja nie jest realizowana przez przedstawiciela grup defaworyzowanych | 0 |
| **Zaspokajanie potrzeb grup defaworyzowanych na rynku pracy**  | Operacja związana z **rozwijaniem działalności gospodarczej** planuje utworzenie miejsca pracy, w ramach którego przez okres realizacji operacji i zachowania jej trwałości zatrudniona będzie osoba ze wskazanych w LSR grup defaworyzowanych  | Operacja przewiduje utworzenie przynajmniej dwóch miejsc pracy dla osób z grup defaworyzowanych  | 2 | Grupa defaworyzowana została okreśłona w strategii. W przypadku przedsięwzięć 1.2.2 oraz 1.2.3 przyznawana jest dodatkowa premia. | Identyfikacja grup defaworyzowanych (D).Duża ilość osób bezrobotnych w osób w wieku produkcyjnym. (D)Niewielka aktywność zawodowa kobiet na wsi. (D)Niskie kompetencje cyfrowe osób 50+, umożliwiające dostęp do informacji. (W)Brak systemu wsparcia szkoleń, szkół w zakresie nabycie kwalifikacji dostosowanych do potrzeb rynku pracy w tym branż turystycznej, edukacyjnej, usługi okołoturystyczne i rybackiej. (D, W)Niskie kompetencje w zakresie możliwości dywersyfikacji źródeł dochodów, szczególnie wśród osób mających zatrudnienie w rolnictwie i rybactwie. (D, W, B) | wR 1.1\_1,2,3wR 1.2\_1,2,3wR 2.1\_6,8wR 2.2\_3wP 1.1.1\_1,3wP 1.1.2\_1,2wP 1.2.1\_1,2,3wP 1.2.2\_1,2,3wP 1.2.3\_1,2,4wP 2.1.2\_1,3wP 2.1.3\_1wP 2.2.2\_1wP 2.2.3\_1,2 | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3P. 2.1.3P. 2.2.3 |
| Operacja przewiduje utworzenie jednego miejsca pracy dla osoby z grup defaworyzowanych  | 1 |
| Operacja nie przewiduje utworzenia miejsca pracy dla osoby z grup defaworyzowanych | 0 |
| **Rozwijany zakres usług**  | Preferuje operacje, które w ramach podejmowania działalności gospodarczej oraz rozwijania działalności gospodarczej w tym rolniczej ,rybackiej, jako zgodne z preferowanym zakresem wskazanym w LSR  | Operacja planuje rozwijanie usług wskazanych jako priorytetowe w LSR  | 2 | Preferowane zakres operacji jest zgodny z zakresem działalności określonym w LSR | Dobre warunki do rozwoju oferty turystycznej i edukacyjnej. (D)Powstałe na obszarze inwestycje turystyczne/ rekreacyjne służące powstawaniu nowych miejsc pracy. (D)Niewielka ilość zakłady przetwórcze i punkty skupu produktów rolnych w tym produktów rybactwa, łowiectwa. (D)Brak systemu wsparcia szkoleń, szkół w zakresie nabycie kwalifikacji dostosowanych do potrzeb rynku pracy w tym branż turystycznej, edukacyjnej, usługi okołoturystyczne i rybackiej. (D, W)Niewystarczająca ilość i niewielka różnorodność produktów lokalnych do sprzedaży w krótkim łańcuchu dostaw (sklepy, restauracje). (B, W)Brak miejsc usługowych (inkubatorów) wspierających powstawanie nowych produktów lokalnych. (B, D)Niewystarczająco zmodernizowane gospodarstwa rybackie w zakresie dostosowania oferty do całorocznej sprzedaży. (D)Niewystarczająca współpraca podmiotów rolnych i rybackich z innymi podmiotami (sklepy, restauracje, sprzedaż bezpośrednia) w ramach krótkiego łańcucha dostaw. (W, B)Niewystarczająca wiedza i infrastruktura służąca dostawom oraz wyposażaniu punktów sprzedaży produktów lokalnych. (B)Niewystarczające wsparcie (innowacja, kreatywność) i wykorzystanie potencjału umiejętności przetwórczych, rękodzielniczych i artystycznych – (usługi pamiątkarskie). (D)Niedostateczny rozwój i dostępność oferty opiekuńczej umożliwiającej mieszkańcom powrót na rynek pracy w tym żłobków i przedszkoli, opieki nad osobami starszymi. (D)Niskie kompetencje w zakresie możliwości dywersyfikacji źródeł dochodów, szczególnie wśród osób mających zatrudnienie w rolnictwie i rybactwie. (D, W, B)Niewystarczająca oferta i kompetencje, w tym językowe, promocyjne, związane z obsługą grup zorganizowanych, osób niepełnosprawnych, rodzin z dziećmi itp. (B)Problemy z dostępem oraz z ilością usług dla osób starszych w zakresie kultury i usług społecznych, medycznych. (D) | wR 1.1\_1,2wR 1.2\_1,2wP 1.1.1\_1wP 1.1.2\_1wP 1.2.1\_1,2wP 1.2.2\_1,2wP 1.2.3\_1,2 | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3 |
| Operacja planuje rozwijanie innych usług niż te wskazane jako priorytetowe w LSR | 0 |
| **Rybackość**  | Preferuje wnioskodawców zależnych od rybactwa Wnioskodawca projektu jest podmiotem zależnym od rybactwa  | wnioskodawcą osobą która straciła pracę w podmiocie zależnym od rybactwa a rybackość podmiotu wpływa na rybackość obszaru (przekazał dane RRW 22) | 4 | Podmiot zależny od rybactwa weryfikowany na podstawie aktualnego pozwolenia wodno -parwnego oraz nr weterynaryjnego lub sprawozdania o RRW-22 złożone terminowo w roku poprzedzającym rok złożenia wniosku lub umowy wykonywania usługi na rzecz podmiotu zależnego od rybactwa. | Wysoki stopień zależności od rybactwa gwarantujący dostęp do środków zewnętrznych. (D)Niepowtarzalne walory przyrodniczo- krajobrazowe, związane z prowadzoną gospodarką rybacką w tym istniejące i planowane obszary objęte różnymi programami ochrony. (B, D, W)Rosnący deficyt wody oraz niewystarczająca współpraca podmiotów lokalnych w zakresie zarządzania wodą – brak możliwości prowadzenia gospodarki rybackiej. (D, W)Niewielka ilość zakładów przetwórczych i punktów skupu produktów rolnych w tym produktów rybactwa, łowiectwa. (D)Niewystarczające wsparcie gospodarki rybackiej służące ochronie przed negatywnymi czynnikami przyrodniczymi (deficyt wody, szkody rybożerców, choroby), kulturowymi (społeczne przyzwolenie na kłusownictwo, sprzedaż ryb spoza obszaru). (W)Brak mechanizmów weryfikacji pochodzenie karpia, konkurencja i psucie marki. (B, W, D)Niewystarczająco zmodernizowane gospodarstwa rybackie w zakresie dostosowania oferty do całorocznej sprzedaży. (D)Niewystarczająca współpraca podmiotów rolnych i rybackich z innymi podmiotami (sklepy, restauracje, sprzedaż bezpośrednia) w ramach krótkiego łańcucha dostaw. (W, B) | wR 1.1\_1,2wR 1.2\_1,2wP 1.1.1\_1wP 1.1.2\_1wP 1.2.1\_1,2wP 1.2.2\_1,2wP 1.2.3\_1,2 | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3 |
| wnioskodawcą jest podmiot zależny od rybactwa i rybackość podmiotu wpływa na rybackość obszaru (przekazał dane RRW 22)  | 3 |
|  wnioskodawca jest podmiotem zależnym od rybactwa  |  2 |
|  wnioskodawca wykonuje usługi lub jest zatrudniony przez podmiot zależy od rybactwa  |  1 |
|  Wnioskodawca nie jest podmiotem zależnym od rybactwa  | 0 |
| **Potencjał turystyczny obszaru** | Preferuje operacje uzupełaniające ofertę sieciowe produkty turystycznych | operacja dotyczy miejsca zlokalizowanego bezpośrednio na /przy szlaku i tworzy uzupełnienie lub ofertę szlaku | 2 | Sieciowe produkty turystyczne tworzą* szlaki kajakowy, rowerowy, piesze, konne (zidentyfikowane na mapie interaktywnej obszaru)
* ścieżki przyrodnicze, (identyfikowane na mapie interaktywnej lub w bazie ścieżek przyrodniczo, edukacyjnych, kulturowych [www.edukacja.barycz.pl](http://www.edukacja.barycz.pl)
* szlaki kulturowe – kolorowy szlak karpia, szklak kulinarny (planowany)
 | Istniejące na obszarze szlaki turystyczne, trasy biegowe, ścieżki rowerowe, szlaki konnych i kajakowy oraz szlaki tematyczne oraz liczne ścieżki przyrodnicze. (D)Słabo rozwinięta i oznakowana infrastruktura związana ze szlakami turystycznymi, w szczególności miejscami parkingowymi, informacją o ofercie, miejscach postoju i atrakcjach. (D, B, W)Rosnąca rozpoznawalność obszaru jako miejsca rekreacji i wypoczynku oraz miejsca do zamieszkania. (B, W). | wR 1.1\_1,2wR 1.2\_1,2wR 2.1\_6wR 2.2\_3wP 1.1.1\_1wP 1.1.2\_1wP 1.2.1\_1,2wP 1.2.2\_1,2wP 1.2.3\_1,2wP 2.1.2\_1wP 2.1.3\_1wP 2.2.2\_1wP 2.2.3\_1,2 | P. 1.1.1P. 1.1.2P. 1.2.1P. 1.2.2P. 1.2.3P. 2.1.2P. 2.1.3P. 2.2.2P. 2.2.3 |
| operacja tworzy uzupełnienie lub ofertę szlaku, projekt zakłada narzędzia - informacje skierowujące ze szlaku do oferty | 1 |
| operacja nie tworzy oferty przy szlaku  | 0 |
| **Przynależność do systemu Dolina Baryczy Poleca** | Preferuje operacje realizowane przez użytkowników znaku systemu Dolina Baryczy Poleca | jest użytkownikiem i posiada znak DBP na produkt lub usługę | 1 | Kryterium weryfikowane na podstawie informacji zawartych we wniosku i załącznikach, potwierdzane przez Kapitułę Znaku DBP. | Istniejące na obszarze markowe, rozpoznawalne i identyfikowane z obszarem produkty lokalne oraz rękodzielnicze, w tym karp jako rozpoznawany markowy produkt obszaru. (B, D)Funkcjonujący systemu „Dolina Baryczy Poleca”.(D, B)Niewystarczające wykorzystanie i zaangażowanie producentów i usługodawców w działania systemu „Dolina Baryczy Poleca”.(W) | wR 1.2\_1,2,4wP 1.2.2\_1,2 | P. 1.2.2 |
| nie jest użytkownikiem i nie posiada znaku DBP | 0 |
| **Premia** | Preferowane są operacje, które mają istotny z punktu widzenia wpływ na polepszenie życia mieszkańców i są realizowane w porozumieniu z samorządem lokalnym na udostępnionych przez niego obiektach.  | operacja spełnia kryterium | 1 | Spełnienie kryterium jest związane z przyznaniem premii.  | Niedostateczny rozwój i dostępność oferty opiekuńczej umożliwiającej mieszkańcom powrót na rynek pracy w tym żłobków i przedszkoli, opieki nad osobami starszymi. Problemy z dostępem oraz z ilością usług dla osób starszych w zakresie kultury i usług społecznych, medycznych. Brak identyfikacji i przepływ informacji w zakresie zagospodarowania miejsc pod inwestycje lub ofertę usługową, związaną z powstałymi inwestycjami publicznymi. (W) Niewystarczające wykorzystanie (niewielka ilość oferty) związanej z potencjałem przestrzeni publicznej (rynków miast, powstałej oferty rekreacyjnej – baseny, korty, zalewy, parki linowe, wyremontowane zabytki) na potrzeby ruchu turystycznego. (W) | wR 1.2\_1,2wP 1.2.3\_1,2 | P. 1.2.3 |
| operacja nie spełnia kryterium | 0 |

**KATRA OCENY OPERACJI**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Kryterium** | **Tak** | **Nie** |
| 1. | Złożenie wniosku w miejscu i terminie wskazanym w ogłoszeniu o naborze |  |  |
| 2.  | Zgodność operacji z zakresem tematycznym, który został wskazany w ogłoszeniu o naborze  |  |  |
| 3.  | Zgodność operacji z formą wsparcia wskazaną w ogłoszeniu o naborze (refundacja albo premia)  |  |  |
| 4. | Spełnienie dodatkowych warunków udzielenia wsparcia obowiązujących w ramach naboru |  |  |
| **Uwagi:** |

**Kryteria dopuszczające** dla wszystkich rodzajów operacji. Operacje, które nie spełniają n.w. warunków nie podlegają ocenie zgodności z LSR i wyborowi.

**Kryteria zgodności z LSR**. Operacje, które nie są zgodne z co najmniej jednym celem głównym i co najmniej jednym celem szczegółowym LSR przez osiąganie zaplanowanych w LSR i przypisanych do tych celów wskaźników, nie podlegają ocenie zgodności operacji z kryteriami wyboru.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Kryterium** | **Tak** | **Nie** |
| 1. | Operacja zakłada realizację co najmniej jednego celu ogólnego określonego w LSR |  |  |
| 2.  | Operacja zakłada realizację co najmniej jednego celu szczegółowego określonego w LSR |  |  |
| 3.  | Operacja zakłada osiągnięcie wskaźników monitoringu określonych w LSR |  |  |
| 4. | Operacja wynika ze zdiagnozowanych potrzeb i jest odpowiedzią na główne i istotne problemy określone w LSR |  |  |
| **Uzasadnienie:** |

**Kryteria wyboru operacji**. Ocena zgodności operacji z kryteriami wyboru operacji określonymi w LSR odbywa się wg kryteriów przyporządkowanych do przedsięwzięć.

|  |
| --- |
| **Cel ogólny nr 1: Rozwój gospodarczy obszaru służący zachowaniu specyfiki i polepszenia jakości życia*****1.1. Zwiększenie konkurencyjności sektora rybackiego***1.1.1 Zachowanie rybackiego potencjału obszaru1.1.2 Poprawa potencjału sprzedażowego przedsiębiorstw rybackich ***1.2 Rozwój lokalnej przedsiębiorczości***1.2.1 Wsparcie rybackiego charakteru obszaru1.2.2 Wsparcie usług i produktów lokalnych, przyczyniających się do zachowania specyfiki obszaru1.2.3 Wsparcie aktywności gospodarczej mieszkańców. |
| **Kryterium** | **Opis** | **Pkt** | **Ilość przyznanych punktów** | **Uzasadnienie** |
| **Szkolenia ochrona środowiska** | certyfikat uczestnictwa w szkoleniu  | 1 |  |  |
| brak certyfikatu  | 0 |
| **Szkolenia zachowanie specyfiki obszaru** | certyfikat uczestnictwa w szkoleniu  | 1 |  |  |
| brak certyfikatu  | 0 |
| **Przygotowanie wniosku**  | uczestniczył w szkoleniu  | 1 |  |  |
| nie uczestniczył w szkoleniu  | 0 |
| **Rozwijanie oferty obszaru** | podmiot tworzy nową ofertę.  | 2 |  |  |
| podmiot rozwija istniejąca ofertę.  | 1 |
| brak powiązań podmiotu z ofertą obszaru  | 0 |
| **Innowacyjność** | innowacja na poziomie wykorzystania zasobu lub procesu i produktu | 2 |  |  |
| brak innowacyjnego charakteru | 0 |
| **Wkład własny**  |  co najmniej 10 punktów procentowych  | 3 |  |  |
| co najmniej 5 punktów procentowych  | 2 |
| co najmniej 3 punktów procentowych  | 1 |
| wkład własny zgodny z LSR | 0 |
| **Wsparcie systemu Dolina Baryczy Poleca**  | stała i sezonowa dostępność min. 3 produktów z listy oraz promocja min. 3 usług , produktów  | 3 |  |  |
| stała lub sezonowa dostępność min. 2 produktu z listy oraz promocja min. 2 usług , produktów  | 2 |
| stała lub sezonowa dostępność min. 1 produktu z listy oraz promocja min. 1 usługi, produktu  | 1 |
| brak wsparcia systemu ( brak dostępności i promocji produktów i usług)  | 0 |
| **Analiza popytu/ jakość biznes planu Przedsiębiorcy** | analiza uzasadnia potrzebę realizacji operacji  | 1 |  |  |
| analiza nie uzasadnia potrzebę realizacji operacji  | 0 |
| **Przeciwdziałanie zmianom klimatu w inwestycjach** | Koszty związane z przeciwdziałaniem zmianom klimatu stanowią więcej niż 20 % kosztów kwalifikowalnych  | 5 |  |  |
| Projekt przewiduje zadania związane z przeciwdziałaniem zamianom klimaty  | 1 |
| Projekt nie przewiduje kosztów związanych z przeciwdziałaniem zmianom klimatu  | 0 |
| **Promocja obszaru** | Zaplanowane narzędzia promocji / materiały uwzględniają logo DB oraz informacji o całym obszarze  | 3 |  |  |
|  Zaplanowane narzędzia promocji / materiały uwzględniają logo Doliny Baryczy i hasło promocyjne  | 1 |
| Projekt nie przewiduje narzędzi promocyjnych obszaru DB  | 0 |
| **Wsparcie oferty obszaru**  | Wnioskodawca lub partner jest zarejestrowany i aktywny  | 1 |  |  |
| Podmiot nie jest zarejestrowany | 0 |
| **Komplementarność i powiązanie z realizowanymi projektami** | zakres operacji jest powiązany z co najmniej jednym realizowanym projektem własnym lub innego podmiotu  | 2 |  |  |
| zakres operacji jest powiązany z co najmniej jednym projektem własnym lub innego podmiotu  | 1 |
| brak powiązań  | 0 |
| **Wykorzystanie lokalnych zasobów**  | realizacja projektu bazuje lub służy zachowaniu przynajmniej dwóch ze wskazanych | 2 |  |  |
| realizacja projektu bazuje lub służy zachowaniu jednego ze wskazanych potencjałów | 1 |  |  |
| realizacja projektu nie służy zachowaniu potencjału | 0 |
| **Tworzenie nowych miejsc pracy**  | tworzy 2 miejsca pracy więcej niż zakładane minimum  | 5 |  |  |
| tworzy 1 miejsce pracy więcej niż zakładane minimum  | 3 |
| tworzy tyle miejsc pracy ile zakłada minimum  | 0 |
| **Defaworyzowani na rynku pracy**  | operacja jest realizowana przez przedstawiciela grup defaworyzowanych  | 1 |  |  |
| operacja nie jest realizowana przez przedstawiciela grup defaworyzowanych | 0 |
| **Zaspokajanie potrzeb grup defaworyzowanych na rynku pracy**  | operacja przewiduje utworzenie przynajmniej dwóch miejsc pracy dla osób z grup defaworyzowanych  | 2 |  |  |
| operacja przewiduje utworzenie jednego miejsca pracy dla osoby z grup defaworyzowanych  | 1 |
| operacja nie przewiduje utworzenia miejsca pracy dla osoby z grup defaworyzowanych | 0 |
| **Rozwijany zakres usług**  | operacja planuje rozwijanie usług wskazanych jako priorytetowe w LSR  | 2 |  |  |
| operacja planuje rozwijanie innych usług niż te wskazane jako priorytetowe w LSR | 0 |
| **Rybackość** | wnioskodawcą osobą która straciła pracę w podmiocie zależnym od rybactwa a rybackość podmiotu wpływa na rybackość obszaru (przekazał dane RRW 22) | 4 |  |  |
| wnioskodawcą jest podmiot zależny od rybactwa i rybackość podmiotu wpływa na rybackość obszaru (przekazał dane RRW 22)  | 3 |
|  wnioskodawca jest podmiotem zależnym od rybactwa  | 2 |
|  wnioskodawca wykonuje usługi lub jest zatrudniony przez podmiot zależy od rybactwa  | 1 |
|  Wnioskodawca nie jest podmiotem zależnym od rybactwa  | 0 |
| **Potencjał turystyczny obszaru** | operacja dotyczy miejsca zlokalizowanego bezpośrednio na /przy szlaku i tworzy uzupełnienie lub ofertę szlaku | 2 |  |  |
| operacja tworzy uzupełnienie lub ofertę szlaku, projekt zakłada narzędzia - informacje skierowujące ze szlaku do oferty | 1 |
| operacja nie tworzy oferty przy szlaku  | 0 |

|  |
| --- |
| **Cel ogólny nr 2. Wzmocnienie rozpoznawalności i potencjału Doliny Baryczy*****2.1 Wzrost aktywności i świadomości specyfiki obszaru wśród mieszkańców.***2.1.2 Tworzenie przestrzeni do podnoszenia kompetencji i organizacji atrakcyjnych form spędzania wolnego czasu.2.1.3 Wzrost wiedzy i integracja społeczna mieszkańców poprzez wykorzystanie rybackiego dziedzictwa kulturowego.***2.2 Rozwój kompleksowej i atrakcyjnej oferty obszaru.*** 2.2.2 Zachowanie, zwiększenie dostępności i atrakcyjności miejsc związanych ze specyfiką obszaru2.2.3 Wzmocnienie rybackiego potencjału obszaru poprzez rozwój infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej. |
| **Kryterium** | **Opis** | **Pkt** | **Ilość przyznanych punktów** | **Uzasadnienie** |
| **Szkolenia ochrona środowiska** | certyfikat uczestnictwa w szkoleniu  | 1 |  |  |
| brak certyfikatu  | 0 |
| **Szkolenia zachowanie specyfiki obszaru** | certyfikat uczestnictwa w szkoleniu  | 1 |  |  |
| brak certyfikatu  | 0 |
| **Przygotowanie wniosku**  | uczestniczył w szkoleniu  | 1 |  |  |
| nie uczestniczył w szkoleniu  | 0 |
| **Rozwijanie oferty obszaru** | podmiot tworzy nową ofertę.  | 2 |  |  |
| podmiot rozwija istniejąca ofertę.  | 1 |
| brak powiązań podmiotu z ofertą obszaru  | 0 |
| **Innowacyjność** | innowacja na poziomie wykorzystania zasobu lub procesu i produktu | 2 |  |  |
| brak innowacyjnego charakteru | 0 |  |
| **Wkład własny**  | co najmniej 10 punktów procentowych  | 3 |  |  |
| co najmniej 5 punktów procentowych  | 2 |
| co najmniej 3 punktów procentowych  | 1 |
| wkład własny zgodny z LSR | 0 |
| **Wsparcie systemu Dolina Baryczy Poleca**  | stała i sezonowa dostępność min. 3 produktów z listy oraz promocja min. 3 usług , produktów  | 3 |  |  |
| stała lub sezonowa dostępność min. 2 produktu z listy oraz promocja min. 2 usług , produktów  | 2 |
| stała lub sezonowa dostępność min. 1 produktu z listy oraz promocja min. 1 usługi, produktu  | 1 |
| brak wsparcia systemu ( brak dostępności i promocji produktów i usług)  | 0 |
| **Analiza potrzeb** | analiza uzasadnia potrzebę realizacji operacji  | 1 |  |  |
| analiza nie uzasadnia potrzebę realizacji operacji  | 0 |
| **Przeciwdziałanie zmianom klimatu w inwestycjach** | Koszty związane z przeciwdziałaniem zmianom klimatu stanowią więcej niż 20 % kosztów kwalifikowalnych  | 5 |  |  |
| Projekt przewiduje zadania związane z przeciwdziałaniem zamianom klimaty  | 1 |
| Projekt nie przewiduje kosztów związanych z przeciwdziałaniem zmianom klimatu  | 0 |
| **Promocja obszaru** | Zaplanowane narzędzia promocji / materiały uwzględniają logo DB oraz informacji o całym obszarze  | 3 |  |  |
|  Zaplanowane narzędzia promocji / materiały uwzględniają logo Doliny Baryczy i hasło promocyjne  | 1 |
| Projekt nie przewiduje narzędzi promocyjnych obszaru DB  | 0 |
| **Wsparcie oferty obszaru**  | wnioskodawca lub partner jest zarejestrowany i aktywny  | 1 |  |  |
| Podmiot nie jest zarejestrowany | 0 |
| **Komplementarność i powiązanie z realizowanymi projektami** | zakres operacji jest powiązany z co najmniej jednym realizowanym projektem własnym lub innego podmiotu  | 2 |  |  |
| zakres operacji jest powiązany z co najmniej jednym projektem własnym lub innego podmiotu  | 1 |
| brak powiązań  | 0 |
| **Wykorzystanie lokalnych zasobów**  | realizacja projektu bazuje lub służy zachowaniu przynajmniej dwóch ze wskazanych potencjałów,  | 2 |  |  |
| realizacja projektu bazuje lub służy zachowaniu jednego ze wskazanych potencjałów | 1 |
| realizacja projektu nie służy zachowaniu potencjału | 0 |
| **Potencjał turystyczny obszaru** | operacja dotyczy miejsca zlokalizowanego bezpośrednio na /przy szlaku i tworzy uzupełnienie lub ofertę szlaku | 2 |  |  |
| operacja tworzy uzupełnienie lub ofertę szlaku, projekt zakłada narzędzia - informacje skierowujące ze szlaku do oferty | 1 |
| operacja nie tworzy oferty przy szlaku  | 0 |

|  |
| --- |
| **Kryteria Dodatkowe** |
| **Cel ogólny nr 1: Rozwój gospodarczy obszaru służący zachowaniu specyfiki i polepszenia jakości życia*****1.2 Rozwój lokalnej przedsiębiorczości***1.2.3 Wsparcie aktywności gospodarczej mieszkańców. |
| **Kryterium** | **Opis** | **Pkt** | **Ilość przyznanych punktów** | **Uzasadnienie** |
| Przynależność do systemu Dolina Baryczy Poleca | jest użytkownikiem i posiada znak DBP na produkt lub usługę | 1 |  |  |
| nie jest użytkownikiem i nie posiada znaku DBP | 0 |

|  |
| --- |
| **Kryteria Dodatkowe** |
| **Cel ogólny nr 1: Rozwój gospodarczy obszaru służący zachowaniu specyfiki i polepszenia jakości życia****1.2 Rozwój lokalnej przedsiębiorczości**1.2.2 Wsparcie usług i produktów lokalnych, przyczyniających się do zachowania specyfiki obszaru |
| **Kryterium** | **Opis** | **Pkt** | **Ilość przyznanych punktów** | **Uzasadnienie** |
| Premia | operacja spełnia kryterium | 1 |  |  |
| operacja nie spełnia kryterium | 0 |

|  |
| --- |
| **Kryteria Dodatkowe** |
| **Cel ogólny nr 2. Wzmocnienie rozpoznawalności i potencjału Doliny Baryczy*****2.1 Wzrost aktywności i świadomości specyfiki obszaru wśród mieszkańców.***2.1.2 Tworzenie przestrzeni do podnoszenia kompetencji i organizacji atrakcyjnych form spędzania wolnego czasu. |
| **Kryterium** | **Opis** | **Pkt** | **Ilość przyznanych punktów** | **Uzasadnienie** |
| **Potencjał /struktura organizacyjna****NGO** | Podmiot posiada doświadczenie  | 1 |  |  |
| Podmiot nie posiada doświadczenia  | 0 |

|  |
| --- |
| **Kryteria Dodatkowe** |
| **Cel ogólny nr 2. Wzmocnienie rozpoznawalności i potencjału Doliny Baryczy*****2.1 Wzrost aktywności i świadomości specyfiki obszaru wśród mieszkańców.***2.1.3 Wzrost wiedzy i integracja społeczna mieszkańców poprzez wykorzystanie rybackiego dziedzictwa kulturowego. |
| **Kryterium** | **Opis** | **Pkt** | **Ilość przyznanych punktów** | **Uzasadnienie** |
| **Tworzenie nowych miejsc pracy**  | Tworzy 2 miejsca pracy więcej niż zakładane minimum  | 5 |  |  |
| Tworzy 1 miejsce pracy więcej niż zakładane minimum  | 3 |
| Tworzy tyle miejsc pracy ile zakłada minimum  | 0 |
| **Zaspokajanie potrzeb grup defaworyzowanych na rynku pracy**  | Operacja przewiduje utworzenie przynajmniej dwóch miejsc pracy dla osób z grup defaworyzowanych | 2 |  |  |
| Operacja przewiduje utworzenie jednego miejsca pracy dla osoby z grup defaworyzowanych | 1 |
| Operacja nie przewiduje utworzenia miejsca pracy dla osoby z grup defaworyzowanych | 0 |

|  |
| --- |
| **Kryteria Dodatkowe** |
| **Cel ogólny nr 2. Wzmocnienie rozpoznawalności i potencjału Doliny Baryczy*****2.2 Rozwój kompleksowej i atrakcyjnej oferty obszaru.*** 2.2.2 Zachowanie, zwiększenie dostępności i atrakcyjności miejsc związanych ze specyfiką obszaru |
| **Kryterium** | **Opis** | **Pkt** | **Ilość przyznanych punktów** | **Uzasadnienie** |
| **Potencjał /struktura organizacyjna****NGO** | Podmiot posiada doświadczenie  | 1 |  |  |
| Podmiot nie posiada doświadczenia  | 0 |
| **Obszar realizacji**  | Operacja realizowana wyłącznie na obszarze miejscowości do 5 tys. mieszkańców  | 1 |  |  |
| Operacja realizowana w całości lub części na obszarze miejscowości powyżej 5 tys. mieszkańców  | 0 |

|  |
| --- |
| **Kryteria Dodatkowe** |
| **Cel ogólny nr 2. Wzmocnienie rozpoznawalności i potencjału Doliny Baryczy*****2.2 Rozwój kompleksowej i atrakcyjnej oferty obszaru.*** 2.2.3 Wzmocnienie rybackiego potencjału obszaru poprzez rozwój infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej. |
| **Kryterium** | **Opis** | **Pkt** | **Ilość przyznanych punktów** | **Uzasadnienie** |
| **Obszar realizacji**  | Operacja realizowana wyłącznie na obszarze miejscowości do 5 tys. mieszkańców  | 1 |  |  |
| Operacja realizowana w całości lub części na obszarze miejscowości powyżej 5 tys. mieszkańców  | 0 |
| **Tworzenie nowych miejsc pracy**  | Tworzy 2 miejsca pracy więcej niż zakładane minimum  | 5 |  |  |
| Tworzy 1 miejsce pracy więcej niż zakładane minimum  | 3 |
| Tworzy tyle miejsc pracy ile zakłada minimum  | 0 |
| **Zaspokajanie potrzeb grup defaworyzowanych na rynku pracy**  | Operacja przewiduje utworzenie przynajmniej dwóch miejsc pracy dla osób z grup defaworyzowanych  | 2 |  |  |
| Operacja przewiduje utworzenie jednego miejsca pracy dla osoby z grup defaworyzowanych  | 1 |
| Operacja nie przewiduje utworzenia miejsca pracy dla osoby z grup defaworyzowanych | 0 |

Minimalne i maksymalne ilości punktów.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Przedsięwzięcie | minimalna ilość punktów | maksymalna ilość punktów |
|
|
|
| 1.1.1 Zachowanie rybackiego potencjału obszaru. | 14 | 43 |
| 1.1.2 Poprawa potencjału sprzedażowego przedsiębiorstw rybackich. | 17 | 43 |
| 1.2.1 Wsparcie rybackiego charakteru obszaru. | 17 | 43 |
| 1.2.2 Wsparcie usług i produktów lokalnych, przyczyniających się do zachowania specyfiki obszaru. | 15 | 44 |
| 1.2.3 Wsparcie aktywności gospodarczej mieszkańców. | 15 | 44 |
| 2.1.2 Tworzenie przestrzeni do podnoszenia kompetencji i organizacji atrakcyjnych form spędzania wolnego czasu. | 14 | 30 |
| 2.1.3 Wzrost wiedzy i integracja społeczna mieszkańców poprzez wykorzystanie rybackiego dziedzictwa kulturowego. | 16 | 36 |
| 2.2.2 Zachowanie, zwiększenie dostępności i atrakcyjności miejsc związanych ze specyfiką obszaru. | 15 | 31 |
| 2.2.3 Wzmocnienie rybackiego potencjału obszaru poprzez rozwój infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej. | 17 | 37 |