|  |  |
| --- | --- |
| **Asociaţia “Grupul de Acţiune Locală Maramureş Vest “ – GALMMV** |  |

|  |
| --- |
| **PNDR Sub-măsura 19.2 - ”Sprijin pentru implementarea acțiunilor în cadrul strategiei de dezvoltare locală!”**  **GALMMV Masura 1/1A, Anexa nr. 8 Criterii de Selecție** |

**Anexa.8. GALMMV Masura 1/1A :Principii și criterii de selecție a proiectului**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **L** | **Criterii de Selectie LEADER : Număr locuri de muncă** |  | **Puncte LEADER** |  | **Punctaj Minim** | **Punctaj Max** |
|  | **1** | Numar de locuri de munca nou create |  |  |  |  |  |
|  | 1 loc de de munca la un proiect de max. 56684 EUR (Total chelt. Publica) |  | 15 |  | 15 |  |
|  | 2 locuri de munca la un proiect de max. 56684 EUR (Total chelt. Publica) |  | 35 |  |  | 35 |
|  |  | **Obs. 1.Punctaj Minim LEADER pentru prima sesiune min. 15 puncte** |  |  |  | 15 |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **GALMMV** | **Criterii de selectie GALMMV** | **Indicatori Locali Cantitativi © GALMMV (Numar operatiuni de cooperare** | **Indicatori Locali Calitativi (Q) GALMMV (Număr participanți la parteneriate)** | **Punctaj GALMMV** | **Punctaj Minim** | **Punctaj Max** |
| 1 | **1.Numărul entităților specializate implicate în parteneriat;** |  | x |  |  |  |
|  | Între 3-5 membri |  |  | 5 | 5 |  |
|  | 5 membri |  |  | 10 |  |  |
|  | Peste 5 membri |  |  | 15 |  | 15 |
| 2 | **2.Realizează un lanț scurt și/sau Piata Locala;** | x |  |  |  |  |
|  | Lanț scurt |  |  | 5 | 5 |  |
|  | Piata Locala |  |  | 5 |  |  |
|  | Lant scurt si Piata Locala |  |  | 15 |  | 15 |
| 3 | **3.Integrează lanțul scurt în piața locală;** |  |  |  |  |  |
|  | Exclusiv Lant scurt |  |  | 5 | 5 |  |
|  | Se vor puncta proiectele ce propun un plan de marketing ce cuprinde atât componenta de dezvoltare a lanțului scurt cât și componenta de dezvoltare a unei piețe locale. |  |  | 10 |  | 10 |
| 4 | **4.Asumarea unui viitor proiect pe măsuri de realizare scheme de calitate naționale, în special produse tradiţionale;** |  |  |  |  |  |
|  | Asumarea unui viitor proiect pe măsuri de realizare scheme de calitate naționale, în special produse tradiţionale; |  |  | 5 | 5 |  |
|  | Produse tradiţionale; |  |  | 10 |  | 10 |
| 5 | **5.Propune integrarea patrimoniului local material sau imaterial în LSA şi/sau piaţa locală (ex. Şuri, Reţete Tradiţionale, etc)** |  |  |  |  |  |
|  | Șuri traditionale |  |  | 5 | 5 |  |
|  | Rețete traditionale |  |  | 5 |  |  |
|  | Ambele |  |  | 15 |  | 15 |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Total punctaj Maxim** |  |  |  |  | **100** |
|  | **Total Punctaj Minim** |  |  |  | **55** |  |

|  |
| --- |
| **Punctajul Minim**  **pentru selectia unui proiect este de min. 55 puncte =min.15 puncte LEADER si min. 40 puncte GALMMV** |

|  |
| --- |
| **Departajare:** |
| **În cazul în care două sau mai multe proiecte vor avea același punctaj vor fi aplicate următoarele criterii de departajare:** |
| **a) se va acorda prioritate proiectelor cu cea mai mica valoare a cheltuieli publice totale (Indicator cantitativ GALMMV) per 1 loc de munca nou creat(Indicator calitativ GALMMV)** |
| b)   se va acorda prioritate cooperării între entitățile situate in cit mai multe UAT uri din GALMMV (distante/legaturi fizice acoperite cit mai mari intre entitati din mai multe UAT- uri) |
| c) se va acorda prioritate cooperării între entitățile care implică asocieri ale producătorilor agricoli primari (legături logice între cât mai multți producătorii primari). |

1. **Metodologia de verificare**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Criterii Selectie LEADER : Numar locuri de munca** | **Unde se verifica** | **Rezultat verificare** | | |
|  |  | **Da** | **Nu** | **Nu e cazul** |
| Numar de locuri de munca nou create | CF[[1]](#footnote-1) Buget  7.1.2 Onorarii ale personalului (de exemplu angajat salariat în vederea asigurării costurilor de secretariat, etc.) |  |  |  |
|  | CF Deviz  2 Costurile de funcţionare a cooperării, 2.2. Onorarii ale personalului |  |  |  |
|  | Plan de Marketing[[2]](#footnote-2) :  4.5 Plan de acțiune. , existenta activitate angajare personal /creere loc nou de munca |  |  |  |
| 1 loc de de munca la un proiect de max. 56684 EUR (Total chelt. Publica) |  |  |  |  |
| 2 locuri de munca la un proiect de max. 56684 EUR (Total chelt. Publica) |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Criterii selectie GALMMV** | **Unde se verifica** | **Rezultat verificare** | | |
| **1.Numărul entităților specializate implicate în parteneriat;** | **Anexa 3. ACORD DE COOPERARE ÎN VEDEREA implementarii proiectului, Partile** | Da | Nu | Nu e cazul |
| Intre 3-5 membri |  |  |  |  |
| 5 membri |  |  |  |  |
| Peste 5 membri |  |  |  |  |
| **2.Realizează un lanț scurt si/sau Piata Locala;** | **Anexa 2 - Model plan de marketing , pag.1 , Ce propune proiectul**  **Anexa 1. CF :A7 Date despre tipul de proiect si beneficiar** |  |  |  |
| Lant scurt |  |  |  |  |
| Piata Locala |  |  |  |  |
| Lant scurt si Piata Locala |  |  |  |  |
| **3.Integrează lanțul scurt în piața locală;** | **Anexa 2 - Model plan de marketing , pag.1 , Ce propune proiectul ( 2 bife)**  **Anexa 1. CF :A7 Date despre tipul de proiect si beneficiar** |  |  |  |
| Exclusiv Lant scurt |  |  |  |  |
| Se vor puncta proiectele ce propun un plan de marketing ce cuprinde atât componenta de dezvoltare a lanțului scurt cât și componenta de dezvoltare a unei piețe locale. |  |  |  |  |
| **4.Asumarea unui viitor proiect pe măsuri de realizare scheme de calitate naționale, în special produse tradiţionale;** | **Anexa 2 - Model plan de marketing , pag.1 , Obiective ;**  4.2 Produse oferite consumatorilor **țintă**.  4.5 Plan de acțiune (activitate pregatitoare Schema de calitate) |  |  |  |
| Asumarea unui viitor proiect pe măsuri de realizare scheme de calitate naționale, în special produse tradiţionale Montane sau HNV sau altele; |  |  |  |  |
| produse tradiţionale; |  |  |  |  |
| **5.Propune integrarea patrimoniului local material sau imaterial în LSA şi/sau piaţa locală (ex. Şuri, Reţete Tradiţionale, etc)** | **Anexa 2 - Model plan de marketing , pag.1 , Obiective ;**  4.2 Produse oferite consumatorilor **țintă**.  4.5 Plan de acțiune (activitate pregatitoare Schema de calitate) |  |  |  |
| Suri traditionale |  |  |  |  |
| Retete traditionale |  |  |  |  |
| Ambele |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

Observaţii (Se vor menţiona de către expertul verificator toate informaţiile concludente pentru stabilirea rezultatului verificării selectiei proiectului) ...................................................................................................................

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

**Asociaţia “Grupul de Acţiune Locală Maramureş Vest “ –GALMMV**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aprobat** | Manager GALMMV | Titel Caosan | Data | Semnatura + Stampila (GALMMV)  ⭘ |
| **Verificat** | Expert 2 |  |  |  |
| **Intocmit** | Expert 1 |  |  |  |

1. CF=Cerere Finantare, Anexa 1 [↑](#footnote-ref-1)
2. Plan Marketing , anexa 2 [↑](#footnote-ref-2)