*Karta zgodności z kryteriami wybory operacji własnych.*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Karta oceny operacji własnych w ramach konkursu nr 2/2016/OW** | | | | | |
| **Cele ogólne** | | 2. Obszar LGD atrakcyjny turystycznie z rozwiniętymi specjalistycznymi i innowacyjnymi usługami wykorzystującymi dziedzictwo, zasoby lokalne, środowisko i kapitał społeczny | | | |
| 3. Obszar LGD konkurencyjny gospodarczo z przedsiębiorczymi mieszkańcami świadomymi atutów swojego otoczenia | | | |
| **Cele szczegółowe** | | 2.4 Tworzenie i promocja sieciowych usług turystycznych | | | |
| 5.5 Promocja produktów lokalnych | | | |
| **Przedsięwzięcia** | | 2.4.2 Podniesienie wiedzy i kompetencji osób świadczących usługi turystyczne zakresie promocji oraz współpracy sieciowej | | | |
| 3.5.1 Budowa i promocja marki produktu lokalnego obszaru LGD | | | |
| **Lp.** | **Kryteria** | | **Liczba punktów** | **Objaśnienie** | **Ilość przyznanych punktów** |
|  | Operacja zakłada wykorzystanie: produktów lokalnych lub dziedzictwa kulturowego, historycznego, pasji mieszkańców. | | 0/3 | Kryterium uznaje się za spełnione jeżeli wnioskodawca w ramach operacji przewidział wykorzystanie:  - produktów lokalnych, w tym produktów z obszaru LGD zarejestrowanych na Liście Produktów Tradycyjnych Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, tj. karczmiskie pierogi z bobru (bobu), chodelskie gołąbki z kiszonej kapusty, masło z Opola Lubelskiego, szarlotka józefowska, karp w śmietanie po poniatowsku, szyneczka z karpia z Pustelni, wędzone dzwonka z karpia z Pustelni, kaczka grądziarska, zupa z karpia.  - dziedzictwa kulturowego i historycznego (np. zabytki, pomniki przyrody, tradycje, obrzędy związane z obszarem, historię regionu);  - pasji i zainteresowań mieszkańców.  Spełnienie kryterium będzie badane na podstawie informacji zawartej we wniosku. |  |
|  | Operacja dotyczy podniesienia kompetencji osób świadczących usługi turystyczne na terenie LGD | | 0/2 | Kryterium uznaje się za spełnione, jeżeli wnioskodawca w ramach operacji przewidział działania edukacyjne (szkolenia, warsztaty, np. wyjazdy studyjne ukazujące dobre praktyki), mające na celu podniesienie kompetencji osób związanych z sektorem turystycznym zwłaszcza w zakresie tworzenia sieciowych usług i współpracy sieciowej oraz wspólnej promocji.  Spełnienie kryterium będzie badane na podstawie informacji zawartej we wniosku oraz będzie miało odzwierciedlenie w budżecie operacji. |  |
|  | Operacja zakłada promocję sieciowego produktu turystycznego lub produktów lokalnych | | 0/2 | Kryterium uznaje się za spełnione, jeżeli wnioskodawca przewidział w planowanej operacji działania promocyjne polegające na wydaniu materiałów promujących wspólną markę, organizowaniu wydarzeń promocyjnych.  Spełnienie kryterium będzie badane na podstawie informacji zawartej we wniosku i ma to odzwierciedlenie w budżecie operacji. |  |
|  | Operacja jest innowacyjna zgodnie z definicją i zakresem przyjętym w LSR oraz na jej wprowadzenie zaplanowano koszty w budżecie | | 0/2 | Kryterium uznaje się za spełnione, jeżeli we wniosku opisano innowacyjne w skali obszaru LGD rozwiązania w zakresie promocji oraz budowania marki produktu lokalnego lub sieciowego produktu/usługi turystycznego. Na działanie innowacyjne zaplanowano koszty w budżecie.  Spełnienie kryterium będzie badane na podstawie informacji zawartej we wniosku |  |
|  | Czas realizacji operacji jest krótszy niż 18 miesięcy. | | 0/3 | Kryterium uznaje się za spełnione jeżeli wnioskodawca przewidział zakończenie realizowanej operacji przed upływem 18 miesięcy. Okres ten liczony jest od momentu złożenia wniosku przez Beneficjenta do momentu złożenia wniosku o płatność.  Spełnienie kryterium będzie badane na podstawie informacji zawartej we wniosku. |  |
|  | Operacja zakłada współprace społeczności lokalnej | | 0/3 | Kryterium uznaje się za spełnione, jeżeli w planowana operacja przewiduje współprace pomiędzy społecznością lokalna i jest to opisane we wniosku. Współpraca powinna dotyczyć wzajemnej promocji, tworzenia sieciowego produktu turystycznego lub korzystania z marki produktu lokalnego. |  |
|  | Wskaźniki zaplanowane do osiągnięcia w ramach realizowanej operacji przyczynią się do wzrost konkurencyjności gospodarczej obszaru | | 0/3 | Kryterium uznaje się za spełnione, jeżeli w ramach planowanej operacji zaplanowano wskaźniki dotyczące promocji przedsiębiorczości, sieciowej oferty turystycznej obszaru LSR, promocji produktów lokalnych.  Spełnienie kryterium będzie badane na podstawie informacji zawartej we wniosku. |  |
|  | Operacja zakłada wzrost dostępności produktów lokalnych dla mieszkańców obszaru i turystów | | 0/3 | Kryterium uznaje się za spełnione, jeżeli wnioskodawca zakłada wzrost dostępności produktów lokalnych dla mieszkańców obszaru i turystów. Preferowane będą te operacje przyczyniające się do zwiększenia wiedzy na temat dostępności produktów lokalnych wytwarzanych na obszarze LSR.  Spełnienie kryterium będzie badane na podstawie informacji zawartej we wniosku. |  |
|  | Operacja spowoduje wzrost wiedzy i świadomości mieszkańców o zasobach obszaru poprzez prowadzone działania promocyjne. | | 0/2 | Kryterium uznaje się za spełnione, jeżeli wnioskodawca zaplanował w ramach operacji działania przyczyniające się do zwiększenia wiedzy i świadomości mieszkańców o zasobach obszaru. Preferowane będą operacje promujące produkty: produkty lokalne, sieciowe produkty/usługi turystyczne itp.  Spełnienie kryterium będzie badane na podstawie informacji zawartej we wniosku. |  |
| Suma: | | | Maksymalna liczba: 23 | |  |

Minimalna liczba punktów, jaką należy uzyskać aby otrzymać dofinansowanie w naborze

Nr 2/2016/OW **- 11,50 pkt**

Uzasadnienie oceny:

……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….

Data oraz podpisy osób oceniających: …………………………………………………………….........

................................................................. .................................................................

................................................................. .................................................................

................................................................. .................................................................

................................................................. .................................................................

.................................................................. .................................................................

................................................................. .................................................................

................................................................. .................................................................

.................................................................