Załącznik nr 2

do procedur oceny i wyboru operacji własnych

**Kryteria wyboru operacji** **w zakresie operacji własnych**

**(max liczba: 100 pkt., \*max liczba: 88 pkt., min liczba: 71 pkt.)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Kryterium lokalne -nazwa** | **Punktacja** | | | | **Opis kryterium** |
| **1.** | Doświadczenie | **Wnioskodawca posiada doświadczenie w przedmiotowym zakresie** | | | | Oceniane jest doświadczenie beneficjenta  w realizacji zadań w zakresie ogłoszonego naboru. Wnioskodawca opisuje zrealizowane projekty. |
| – TAK  – NIE | – 5 pkt.  – 0 pkt. | | |
| **2.** | Warunki formalne | **Oferta spełnia dodatkowe warunki ogłoszenia:** | | | | Oceniane jest spełnienie dodatkowe warunków zawartych w ogłoszeniu. |
| – TAK  – NIE | – 10 pkt.  – 0 pkt. | | |
| **3.** | Warunki specyfikacji | **Oferta w pełni spełnia warunki specyfikacji:** | | | | Oceniane jest spełnienie warunków zawartych w specyfikacji stanowiącej załącznik do ogłoszenia. |
| –TAK  – NIE | – 30 pkt – 0 pkt. | | |
| **4.** | Innowacja | **Wnioskodawca deklaruje innowacyjną formę realizacji operacji** | | | | Oceniane jest nowatorstwo w odniesieniu do obszaru gminy lub obszaru LGD. Może to oznaczać zastosowanie pomysłów i rozwiązań znanych i stosowanych na innych obszarach, ale mających innowacyjny charakter na terenie LGD. Przykłady: wytworzenie nowej usługi lub produktu, nadanie nowych funkcji terenom lub obiektom, które dzięki będą temu służyć rozwojowi, społecznemu bądź gospodarczemu, nowatorskie, wcześniej niestosowane wykorzystanie lokalnych zasobów i surowców, wprowadzenie nowoczesnych rozwiązań technicznych i technologicznych, nowy sposób zaangażowania lokalnej społeczności w proces rozwoju lub aktywizacji nowych, grup i środowisk lokalnych. Wnioskodawca uzasadnia/udowodnia innowacyjny charakter operacji. |
| – TAK  **–** NIE | – 1-10 pkt.  – 0 pkt. | | |
| Wskaźnik jakościowy - członek Rady musi uzasadnić swoją ocenę | | | |
| **5.** | Zasięg operacji | **Operacja obejmuje swym zasięgiem obszar objęty LSR w obrębie:** | | | | Oceniane jest włączenie w realizację operacji jak największej liczby przedstawicieli z poszczególnych gmin członkowskich LGD. |
| – 13 gmin  – 6 gmin  – 1 gminy | | – 8 pkt.  – 3 pkt.  – 0 pkt. | |
| **6.** | Grupy defaworyzowane | **Wnioskodawca deklaruje zaangażowanie osób z grupy defaworyzowanej przy realizacji zadania (+25 lub 50+):** | | | | Na  obszarze LGD występują grupy defaworyzowane tj. wykluczone lub będące w trudnej sytuacji lub położeniu. Preferencje będą dla wnioskodawców, którzy włączą do realizacji zadania osoby do 25 roku życia lub 50+. Wnioskodawca składa oświadczenie o zaangażowaniu takich osób. |
| – powyżej 10 osób  – do 10 osób  **–** żadnych | | | – 5 pkt.  – 3 pkt.  **–** 0 pkt. |
| **7.** | Wkład własny | **Wkład własny rzeczowy:** | | | | Oceniana jest wysokość deklarowanego wkładu własnego rzeczowego w stosunku do kwoty pomocy, o którą ubiega się wnioskodawca. |
| – powyżej 10%  –powyżej 5%-10%  – do 5% | | | – 10 pkt.  – 6 pkt.  – 0 pkt. |
| **8.** | Promocja LGD i LSR | **Promocja:**  **- operacja promuje obszar LGD z wykorzystaniem logo Stowarzyszenia „Lider Pojezierza” w formie innej niż tablica informacyjna**  **a) trwałe oznakowanie miejscu realizacji projektu,**  **b) folder,**  **c) strona internetowa**  **d) audycja w lokalnej telewizji lub radio,**  **e) gadżety promocyjne**  **f) baner promocyjny**  **– od 2 – do 12 pkt. (za każdą formę promocji 2 pkt.)**  **– operacja nie promuje obszaru z wykorzystaniem logo Stowarzyszenia „Lider Pojezierza” w innej formie niż tablica informacyjna – 0 pkt.** | | | | Preferowane są operacje promujące walory obszaru LGD z wykorzystaniem logo LGD, UE, PROW. Taka promocja przyczyni się do rozpoznawalności obszaru, Stowarzyszenia ”Lider Pojezierza”. Preferencje będą dla wnioskodawców korzystających z form promocji, które wpłyną na zwiększenie rozpoznawalności obszaru i jego działań poza obszarem objętym LSR. Wnioskodawca składa oświadczenie o zastosowanych formach promocji oraz uwzględnia działania promocyjne w budżecie.  **\*Kryterium nie dotyczy projektu własnego związanego z kampania promocyjną na rzecz podniesienia rozpoznawalności Stowarzyszenia Lider Pojezierza** |
| **9.** | Grupy docelowe | **Efekty realizacji operacji własnej pozytywnie wpłyną na więcej niż jedną grupę docelową** | | | | Oceniany jest wpływ realizacji operacji własnej na grupy docelowe z terenu objętego LSR. **(**np.: grupa przedsiębiorców, rolników, III sektora, mieszkańców, rybaków, młodzieży szkolnej, nauczycieli itd., wynikające z planu komunikacji) |
| **–** powyżej 3 grup  **–** 3 grupy  **–** jedna grupa | | | **–** 10 pkt.  **–** 6 pkt.  **–** 0 pkt. |
| **SUMA OCEN: 0 – 100 pkt.** | | | | | | |

**Maksymalna liczba pkt.: 100**

**\*Maksymalna liczba pkt.: 88**

**Minimalna liczba pkt.:    71**