

Kryteria wyboru projektów – Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej

1. *Ilość celów LSR do których nawiązuje projekt
 - a. Przyczynia się do osiągnięcia 4 i więcej celów - 12 pkt.
 - b. Przyczynia się do osiągnięcia 3 celów - 9 pkt.
 - c. Przyczynia się do osiągnięcia 2 celów - 6 pkt.
 - d. Przyczynia się do osiągnięcia 1 celu - 3 pkt.

2. **Innowacyjność projektu
 - a. Projekt wykazuje charakter innowacyjny na terenie LGD - 12 pkt.
 - b. Projekt wykazuje charakter innowacyjny na terenie dwóch lub więcej gmin - 9 pkt.
 - c. Projekt wykazuje charakter innowacyjny na terenie kilku miejscowości lub jednej gminy - 6 pkt.
 - d. Projekt nie zawiera elementów innowacyjnych - 0 pkt.

3. Zakres i realność kosztów projektu
 - a. Wysokość nakładów i okres realizacji projektu są zgodne i realne z punktu widzenia osiągnięcia celów projektu - 0 – 12 pkt.

4. Wnioskowana kwota pomocy (preferowana kwota 50 tys.)
 - a. Do 50 tys. zł - 9 pkt.
 - b. Powyżej 50– 75 tys. zł - 6 pkt.
 - c. Powyżej 75 tys. zł - 3 pkt.

5. Zasięg oddziaływania projektu
 - a. Projekt obejmuje cały obszar LGD -12 pkt.
 - b. Projekt obejmuje dwie lub więcej gmin - 9 pkt.
 - c. Projekt obejmuje kilka miejscowości lub jedną gminę - 6 pkt.
 - d. Projekt obejmuje 1 miejscowość - 3pkt

6. Powierzchnia gospodarstwa w ha fizycznych, które wnioskodawca posiada lub w którym pracuje wynosi
 - a. 1 – 5 ha - 9 pkt.
 - b. Powyżej 5 – 10 ha - 6 pkt.
 - c. Powyżej 10 ha - 3 pkt.

7. Uzasadnienie realizacji projektu:
 - a. Uzasadnienie zgodności projektu ze wskaźnikami rezultatu zapisanymi w LSR - 0 - 6 pkt.

Minimalne wymagania, których spełnienie jest niezbędne do wyboru projektu przez LGD:

- zgodność z przynajmniej 1 celem zapisanym w LSR;
- uzyskanie min. 25% możliwych do zdobycia punktów (min.18 pkt.).

*wnioskodawca wykazuje osiągnięcie celów

**innowacyjność rozumiana jako: nowy produkt czy usługa lub udoskonalenie wyrobu już wytworzonego przez przedsiębiorstwo; zmiany w stosowanych przez organizację metodach wytwarzania, a także w sposobach docierania z produktem do odbiorców; wprowadzenie nowej metody organizacji w biznesowych praktykach firmy, organizacjach miejsca pracy; nowa metoda marketingu