



INTRARE/IEȘIRE	
ASOCIAȚIA PARTENERIAT GAL ȚINUTUL HAIDUCILOR	
Nr.	424
Data	08.12.2020
Nr. file	4

București,
Nr. 235707 din 07.12.2020

Se aprobă,

Director General
Elena Daniela REBEGA

Elena-Daniela
Rebega

Digitally signed by Elena-
Daniela Rebega
Date: 2020.12.07 15:47:04
+02'00'

NOTĂ

privind propunerea de modificare a SDL nr. 1, complexă, anul 2020
a Asociației PARTENERIAT GAL ȚINUTUL HAIDUCILOR

În conformitate cu prevederile *Manualului de Procedură pentru coordonarea, verificarea și monitorizarea implementării Strategiilor de Dezvoltare Locală*, evaluarea propunerii de modificare a SDL a fost realizată la nivelul CDRJ MARAMUREȘ și la nivel central în cadrul SLIN. Urmare analizării documentației transmise de Asociația PARTENERIAT GAL ȚINUTUL HAIDUCILOR, înregistrată la CDRJ sub nr. MM 9247 din 05.11.2020, propunem spre aprobare următoarele: **Modificarea fișei măsurii din SDL 16-M16.7/6B - Definierea și implementarea în parteneriat a Strategiei de branding a Ținutului Haiducilor, la următoarele secțiuni, astfel:**

- 1. Titlul măsurii:** redenumirea măsurii 16-M16.7/6B - *Definierea și implementarea Strategiei de branding a Ținutului Haiducilor, prin eliminarea sintagmei " în parteneriat a"*.
- 2. Descrierea generală a măsurii :**
 - **Măsura contribuie la obiectivele transversale ale Reg. (UE) nr. 1305/2013 se elimină fraza "Foarte probabil, implementarea măsurii va duce la apariția unei culturi a cooperării între toți partenerii implicați în proiect - aceștia vor simți că aparțin unui "club exclusivist" și că lucrează împreună pentru a menține imaginea și calitatea produselor locale fabricate în regiune;"**
 - **Complementaritatea cu alte măsuri din SDL, se elimină paragraful "Parteneriatele beneficiare ale acestei măsuri pot fi beneficiari direcți și ai măsurii 16-M16.4.a.1/3A "Lanțuri scurte", cu care această măsură este complementară" și se introduce "Beneficiarii indirecti vizați prin această măsură sunt incluși în categoriile de beneficiari indirecti (grupurile țintă) ai măsurii 16-M16.4.a.1/3A "Lanțuri scurte".**
- 3. Valoarea adăugată a măsurii, se modifică prin eliminarea:**
 - *Capacitatea instituțională creată și consolidată prin parteneriate;*
 - *Ea sprijină implementarea tuturor măsurilor care presupun comercializarea de produse (în speță 16-M16.4.a.1/3A "Lanțuri scurte", 6-M6.2.a/6A "Investiții în activități neagricole" și 6-M6.2.b/6A "Tradiții").*
- 4. Trimiteri la alte acte legislative, prin introducerea "Hotărârea Guvernului 226/2015 cu modificările și completările ulterioare".**
- 5. Beneficiari direcți (grup țintă) - eliminarea următorilor beneficiari:**
Un parteneriat care include ca și membri, printre alții (enumerarea este indicativă, nu exhaustivă):
 - *Comune și asociații ale acestora;*
 - *Cooperative, grupuri de producători, grupuri de fermieri și fermieri individuali funcționând pe teritoriul Ținutului Haiducilor;*

- IMM-uri, PFA-uri și întreprinderi individuale funcționând pe teritoriul Ținutului Haiducilor;
- ONG-uri constituite pe teritoriul GAL Ținutul Haiducilor etc.

și introducerea următoarelor categorii de beneficiari direcți:

- Societățile comerciale, constituite conform legislației în vigoare;
- ONG-uri, constituite conform legislației în vigoare;
- IMM-uri care prezintă printre activitățile lor principale activități precum promovarea, branding, marketing etc.
- PFA-uri și întreprinderi individuale de pe teritoriul GAL.

6. Tipuri de acțiuni eligibile și neeligibile, la secțiunea acțiuni eligibile au fost introduse:

- Crearea unui brand de teritoriu și promovarea acestuia și "Costuri eligibile".
- Analize legate de resursele, oportunitățile și potențialul de pe teritoriul GAL-ului (identificarea patrimoniului cultural, posibilități de cazare, abilități artisanale și de meșteșug ale populației etc.)
- Realizarea de focus-grupuri/interviuri în fiecare comună de pe teritoriul GAL;
- Realizare și dezvoltare a strategiei de marketing teritorial;
- Crearea de brand și sub-branduri teritoriale (creare nume, siglă, mesaje cheie, cercetare specific local și așteptări consumatori etc.);
- Producția de materiale de promovare (audio-video, pliante, bannere, hărți, ghiduri turistice, ghiduri de prezentare, panouri de informare etc.)
- Promovarea prin intermediul mass-media (realizare și difuzare spoturi, emisiuni și reportaje publicitare, comunicate de presă, advertoriale etc.)
- Acțiuni pentru plasarea de produse.
- Acțiuni de realizare a analizelor privind modul în care brandul teritoriului poate fi personalizat conform potențialului teritorial;
- Acțiuni pentru dezvoltarea unor tehnologii de ultimă generație pentru promovarea teritorială (site de prezentare, aplicație pentru telefoanele mobile cu localizator GPS, podcast-uri, crearea de video-uri și animații etc.)
- Realizarea unei cartografieri zonale și realizarea unor hărți animate care să include toate obiectivele de interes.
- Promovarea prin intermediul programelor educative special concepute (broșuri motivaționale și de educare, vederi electronice și printate, programe de vizită cu jurnaliști care să scrie despre regiune, evenimente în cadrul unităților de învățământ, centre culturale și educaționale etc.)
- Participarea la evenimente locale, naționale și internaționale cu scopul promovării identității teritoriului în cadrul acestor evenimente (conferințe, expoziții, târguri de turism, schimb de experiență etc.)
- Acțiuni de formare a grupurilor de interes din teritoriul GAL (pensiuni, producători, meșteșugari etc.)
- Realizarea de metodologii de monitorizare și urmărire a implementării strategiei de marketing și măsurarea impactului avut asupra teritoriului.
- Promovarea valorilor și tradițiilor locale.

7. La condiții de eligibilitate :

- se înlocuiește sintagma "încadrează" cu "să încadrez" și se introduc următoarele condiții:
- Solicitantul are prevăzut în obiectul de activitate activități specifice domeniului;
- Solicitantul nu trebuie să fie în insolvență sau incapacitate de plată;

DIRECȚIA GENERALĂ DEZVOLTARE RURALĂ - AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU PNDR
 Bulevardul Carol I nr. 2 - 4, sector 3, București, cod 030163
 Telefon: (004) 021.307.85.65
 Fax: (004) 021.307.86.06
 E-mail: cadr@madr.ro
www.madr.ro

- Activitățile să se încadreze în tipul de sprijin prevăzut prin măsură;
- Activitățile să se realizeze pe teritoriul GAL;
- Solicitantul trebuie să demonstreze că activitățile prevăzute în proiect sunt în beneficiul teritoriului GAL și contribuie la următoarele:
 - Creșterea atractivității ofertei Ținutului Haiducilor, prin promovarea unui brand regional specific;
 - Dezvoltarea sentimentului de identitate locală și creșterea coeziunii GAL-ului, și se elimină următoarele:

o Solicitantul va depune un acord de cooperare care face referire la o perioadă de funcționare cel puțin egală cu perioada pentru care se acordă finanțarea și costurile eligibile după cum urmează:

- o Costuri cu elaborarea studiilor și a strategiilor de branding; costuri cu definirea brandului regional și a Manualului de Identitate Vizuală;
- o Costuri de funcționare a parteneriatelor: remunerarea coordonatorilor parteneriatului și a animatorilor acestuia;
- o Costuri directe legate de implementarea strategiei de branding: costuri ale campaniilor de promovare ale brandurilor prin canale specifice (marketing online, panouri publicitare, marketing direct, campanii media etc.)

8. Criteriile de selecție se modifică prin eliminarea:

- o Parteneriate care regrupează producători care au beneficiat de formare în cadrul măsurilor "Țărani lideri";
- o Parteneriate care includ, pe lângă reprezentanți ai mediului asociativ și privat și unități administrativ teritoriale sau asociații ale acestora;
- o Parteneriate care respectă, prin componența lor, principiul egalității de șanse și al non-discriminării;
- o Parteneriate care includ organizații care dezvoltă lanțuri scurte de desfacere a produselor pe piețe locale, și introducerea următoarelor criterii:

- Proiecte care prevăd promovarea producătorilor care au beneficiat de formare în cadrul măsurii "Țărani lideri";
- Proiecte care prevăd promovarea producătorilor care dezvoltă lanțuri scurte de desfacere pe piețele locale.
- Numărul de beneficiari indirecti care utilizează brandul regional astfel definit-minim 20;
- Proiecte care propun rezultate cuantificabile în ceea ce privește conștientizarea brandului.

9. La sume (aplicabile) și rata sprijinului la perioada de implementare a proiectului aceasta s-a mărit de la "maximum 1 an" la "24 luni".

10. Indicatori de monitorizare:

- la indicator s-a eliminat "*parteneriate*" și s-a introdus "*beneficiari direcți*"
- la indicator s-a eliminat "*parteneri*" și s-a introdus "*beneficiari indirecti*".

Vă informăm că modificarea perioadelor de implementare a proiectelor se va realiza cu respectarea termenului maxim de depunere a ultimei cereri de plată la AFIR, respectiv 30.09.2023.

Vă rugăm să aveți în vedere ca implementarea SDL să se realizeze cu respectarea legislației naționale și europene în vigoare, menținerea condițiilor de eligibilitate și a criteriilor de selecție care au fost punctate la evaluarea Strategiei și îndeplinirea obiectivelor specifice ale SDL.

Propun spre aprobare,
Director general adjunct
Bogdan ALECU

Cosmin-
Bogdan
Alecu

Digitally signed
by Cosmin-
Bogdan Alecu
Date: 2020.12.07
14:38:55 +02'00'