

PRILOG I

KRITERIJI ODABIRA ZAHTJEVA ZA POTPORU UNUTAR
PODMJERE 3.1.

Kriteriji odabira za Podmjeru 3.1. Potpore za novo sudjelovanje u sustavima kvalitete

Tip operacije 3.1.1. Potpora za sudjelovanje poljoprivrednika u sustavima kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode

KRITERIJI ODABIRA TIP OPERACIJE 3.1.1.		
Kriterij		Bodovi
1	Vrsta sustava kvalitete	Najviše 10
	ZOI – Zaštićena oznaka izvornosti	10
	ZOZP – Zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla	9
	ZTS – Zajamčena oznaka tradicionalnog specijaliteta	8
	EU neobvezni izraz kvalitete	6
	Nacionalni neobvezni izraz kvalitete	5
2	Ekonomska veličina poljoprivrednog gospodarstva iskazane u ukupnom standardnom ekonomskom rezultatu poljoprivrednog gospodarstva	Najviše 10
	manje od 8.000 €	10
	od 8.000 € do 15.000 €	8
	više od 15.000 €	6
NAJVEĆI MOGUĆI BROJ BODOVA		20
PRAG PROLAZNI		10

PRILOG II

KRITERIJI ODABIRA ZAHTJEVA ZA POTPORU UNUTAR
PODMJERE 3.2.

Kriteriji odabira za Podmjeru 3.2. Potpora za aktivnosti informiranja i promoviranja koje provode skupine proizvođača na unutarnjem tržištu

Tip operacije 3.2.1. Potpora za troškove informiranja i promoviranja

KRITERIJI ODABIRA TIP OPERACIJE 3.2.1.		
Kriterij		Bodovi
1	Broj proizvođača koji su uključeni u skupinu	Najviše 10
	više od 10 proizvođača uključenih u sustav kvalitete	10
	od 5 do 10 proizvođača uključenih u sustav kvalitete	9
	manje od 5 proizvođača uključenih u sustav kvalitete	8
2	Broj proizvođača koji su uključeni u skupinu	Najviše 10
	više od 100 proizvođača uključenih u udruhu proizvođača ekoloških proizvoda	10
	više od 50 proizvođača uključenih u udruhu proizvođača ekoloških proizvoda*	8
3	Izlazni proizvod	Najviše 10
	izlazni proizvod je rezultat prerade proizvoda obuhvaćenih Dodatkom I Ugovora o funkcioniranju EU	10
	izlazni proizvod je primarni proizvod sustava kvalitete iz Dodatka I Ugovora o EU	5

4	Vrsta sustava kvalitete	Najviše 10
	Ekološki proizvod	10
	ZOI – Zaštićena oznaka izvornosti	10
	ZOZP – Zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla	9
	ZTS – Zajamčena oznaka tradicionalnog specijaliteta	8
	EU neobvezni izraz kvalitete	6
	Nacionalni neobvezni izraz kvalitete	5
5	Ocjena plana informiranja i promoviranja	Najviše 20
	broj bodova iz Priloga V – Ocjena plana informiranja i promoviranja (upisati broj bodova od 12 do 20)	–
NAJVEĆI MOGUĆI BROJ BODOVA		50
PRAG PROLAZNI		30

* od 51 do 100 proizvođača uključenih u udruhu proizvođača ekoloških proizvoda

PRILOG III

OBVEZNI SADRŽAJ PLANA INFORMIRANJA I
PROMOVIRANJA ZA PODMJERU 3.2

Tip operacije 3.2.1. Potpora za troškove informiranja i promoviranja

Plan informiranja i promoviranja sadrži:

a) opće informacije o korisniku koji se prijavljuje za javnu potporu:

- podaci o korisniku
- podaci o zaštićenoj oznaci (uključujući i ekološku proizvodnju)
- nazivu, količinama proizvoda i prodajnim kanalima
- b) ključne točke i ciljeve za informiranje i promoviranje
 - opis modela informiranja i promoviranja
 - posebni ciljevi koji će se ispuniti nakon provedbe informiranja i promoviranja

c) pojediniosti o potrebnim aktivnostima za provedbu ciljeva korisnika:

- detaljan opis aktivnosti
- vremenski okvir po godinama s detaljnim aktivnostima koje su potrebne za ostvarivanje navedenih ciljeva
- plan proračuna i troškova po godinama za provedbu aktivnosti

PRILOG IV

OZNAČAVANJE ULAGANJA SUFINANCIRANIH IZ
PRORAČUNA EUROPSKE UNIJE

Sva ulaganja koja se provode u okviru Programa ruralnog razvoja RH, a financiraju se iz Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj (EPFRR, engl. EAFRD) trebaju biti propisno označena, u skladu s točkom 2.2. Priloga XII Uredbe (EU) br.1303/2013) Europskog parlamenta i Vijeća od 17. prosinca 2013. o utvrđivanju zajedničkih odredbi o Europskom fondu za regionalni razvoj, Europskom socijalnom fondu, Kohezijskom fondu, Europskom poljoprivrednom fondu za ruralni razvoj i Europskom fondu za pomorstvo i ribarstvo i o utvrđivanju općih odredbi o Europskom fondu za regionalni razvoj, Europskom socijalnom fondu, Kohezijskom fondu i Europskom

fondu za pomorstvo i ribarstvo te o stavljanju izvan snage Uredbe Vijeća (EZ) br. 1083/2006. (SL L 347, 20. 12. 2013.).

Označavanje ulaganja je obveza krajnjeg korisnika.

1. Obveze korisnika

Korisnik je u obvezi propisno označiti svoje ulaganje i to:

1.1. Tijekom provedbe informiranja i promoviranja:

a) Putem mrežne stranice, ukoliko korisnik ima takvu stranicu namijenjenu poslovnim potrebama. Na stranici se objavljuje kratak opis projekta, uključujući njegove ciljeve i rezultate, ističući financijsku potporu Unije.

b) Putem plakata (minimalno formata A3), za ulaganja kod kojih javna potpora prelazi iznos od 10.000 EUR-a

Na plakatima, pločama i panoima trebaju biti navedeni podaci o projektu, uključujući i financijsku potporu Unije.

1.2. Označavanje promotivnih materijala

Korisnici kojemu je odobrena javna potpora u okviru operacije 3.2.1. za aktivnosti predviđene u Planu informiranja i promoviranja, imaju obvezu izvršiti označavanje promotivnih materijala koji mogu biti u obliku različitih medija i multimedijalnih proizvoda s prikladnim oznakama za označavanje ulaganja sufinanciranih iz proračuna Europske unije. Oznaka mora biti smještena na dnu zadnje stranice dokumenta, te mora sadržavati elemente navedene u točki 2.

2. Primjer označavanja ulaganja

Plakat za označavanje ulaganja sadržavaju sljedeće elemente:



2.1. Tehničke karakteristike plakata/panoa

(a) Uz amblem (zastavu) EU-a stavlja se obavezno i zastava Republike Hrvatske:

(b) Uz ove ambleme ističe se i sljedeća izjava: »Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj: Europa ulaže u ruralna područja«.

(c) Oznaka obavezno sadrži i naziv fonda iz kojeg se projekt sufinancira (EPFRR), naziv projekta te iznos sufinanciranja iz proračuna EU i RH (izraženo u postotcima).

(d) Minimalno 25 % površine oznake (reklamnog panoa/ploče/plakata/banera na mrežnoj stranici) zauzimaju zastave EU i RH te obavezni tekst.

(e) Ako je korisnikov projekt/ulaganje sufinancirano iz nekoliko različitih EU fondova, ne treba navoditi sve fondove izrijekom, već je dovoljno da se kaže kako je projekt/ulaganje sufinancirano iz Europskih strukturnih i investicijskih fondova (ESI).

(f) Detaljne informacije o grafičkim rješenjima oblikovanja simbola EU, dostupne su na stranici http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/index_en.htm

PRILOG V

KRITERIJI ZA OCJENJIVANJE PLANA INFORMIRANJA I PROMOVIRANJA

Tip operacije 3.2.1. Potpora za troškove informiranja i promoviranja

KRITERIJI ZA OCJENJIVANE PLANA INFORMIRANJA I PROMOVIRANJA TIP OPERACIJE 3.2.1.		
Kriterij		Bodovi
1	Usklađenost aktivnosti ciljeva Plana informiranja i promoviranja	Najviše 10
	aktivnosti usklađene s ciljevima predviđenim u Planu informiranja i promoviranja	10
2	Vrsta aktivnosti predviđenih u Planu informiranja i promoviranja (bodovi za različite aktivnosti se ne zbrajaju, a upisuje se broj bodova samo za aktivnosti koja ima najveći broj bodova)	Najviše 4
	– izrada promotivnih materijala koji mogu biti u obliku različitih medija i multimedijalnih proizvoda, – kupnja oglasnog prostora,	1
	– sudjelovanje na sajmovima, izložbama, manifestacijama i drugim namjenskih promotivnim događanjima gdje će se promovirati proizvodi iz sustava kvalitete ili ekološki poljoprivredni proizvodi, – sudjelovanje na radionicama, seminarima i konferencijama,	2
	– organizacija sajmova, izložbi, manifestacija i drugih namjenskih promotivnih događanja gdje će se promovirati proizvodi iz sustava kvalitete ili ekološki poljoprivredni proizvodi – organizacija radionica, seminara i konferencija,	3
	– izrada razvoj i održavanje interaktivne web-stranice udruge namijenjene promoviranju zaštićenih ili ekoloških proizvoda, – informativne i promotivne aktivnosti putem različitih kanala komunikacije ili prodajnim mjestima od nacionalnog ili EU značaja ili HoReCa kanala (kanal prodaje ugostiteljstvu i institucionalnim kupcima)	4
3	Broj različitih aktivnosti predviđenih u Planu informiranja i promoviranja (bodovi se dodjeljuju za broj za različitih skupina aktivnosti od 8 ukupno navedenih u prethodnom kriteriju broj 2)	Najviše 4
	samo jedna vrsta aktivnosti	1
	dvije do četiri vrste različitih aktivnosti	2
	pet do sedam vrsta različitih aktivnosti	3
	osam i više različitih vrsta aktivnosti	4
4	Doprinos Plana informiranja i promoviranja uključivanju novih proizvođača u Sustave kvalitete	Najviše 2
	najmanje jedna od aktivnosti Plana informiranja i promoviranja izravno doprinosi uključivanju novih proizvođača u Sustave kvalitete	2
NAJVEĆI MOGUĆI BROJ BODOVA		20
PRAG PROLAZNOSTI		12