

Uchwała Nr 39
Komitetu Monitorującego
Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020
z dnia 4 września 2015 r.

w sprawie kryteriów wyboru operacji zaproponowanych dla działania Systemy jakości produktów rolnych i środków spożywczych 3.2 - Wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych przez grupy producentów na rynku wewnętrznym, typu operacji – Wsparcie na przeprowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych, Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020.

Zgodnie z art. 49 ust. 1 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1305/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. w sprawie wsparcia rozwoju obszarów wiejskich przez Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) i uchylającego rozporządzenie Rady (WE) nr 1698/2005 (Dz. Urz. UE L 347 z 20.12.2013, str. 487, z późn. zm.), Komitet Monitorujący Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 uchwala, co następuje:

§ 1.

Komitet Monitorujący PROW 2014-2020 pozytywnie opiniuje kryteria wyboru operacji dla działania - Systemy jakości produktów rolnych i środków spożywczych 3.2 - Wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych przez grupy producentów na rynku wewnętrznym, typu operacji – Wsparcie na przeprowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych, Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 określone w załączniku do uchwały.

§ 2.

1. Komitet Monitorujący przyjmuje do wiadomości, iż kryteria wyboru operacji, o których mowa w § 1, stanowią część projektów aktów prawnych i będą poddane rządowemu procesowi legislacyjnemu.
2. Komitet Monitorujący upoważnia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi do dokonania wszelkich niezbędnych zmian kryteriów wyboru operacji dla działania, poddziałania i typu operacji PROW 2014-2020, o którym mowa w § 1, wynikających z przebiegu rządowego procesu legislacyjnego.

§ 3.

Uchwała wchodzi w życie z dniem przyjęcia.

Przewodniczący
Komitetu Monitorującego Program Rozwoju
Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

PODSEKRETARZ STANU

Tadeusz Nalewajk

Załącznik do uchwały Nr 39 Komitetu Monitorującego Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 z dnia 4 września 2015 r.

Kryteria wyboru operacji dla działania - Systemy jakości produktów rolnych i środków spożywczych 3.2 - Wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych przez grupy producentów na rynku wewnętrznym, typu operacji – Wsparcie na przeprowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych, Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020.

O kolejności przysługiwania pomocy decyduje suma punktów, uzyskanych na podstawie kryteriów wyboru operacji, przy czym w pierwszej kolejności pomoc przysługuje tym wnioskodawcom, którzy uzyskali jak największą liczbę punktów, a pomoc może być przyznana, jeżeli wnioskodawca uzyskał **co najmniej 5 punktów**.

1. Efektywność zaplanowanych działań informacyjno – promocyjnych, rozpatrywana w ramach dwóch typów operacji, tj. w zakresie małych i dużych projektów promocyjnych, obejmująca planowaną przez wnioskodawcę i weryfikowaną przez podmiot wdrażający (ARR): liczbę kanałów przekazu, zasięg terytorialny oraz efektywność finansową:

a) efektywność działań informacyjno – promocyjnych, w zakresie liczby kanałów przekazu:

- telewizja – **1 punkt**,
- radio – **1 punkt**,
- internet – **1 punkt**,
- prasa – **1 punkt**,
- marketing bezpośredni – **1 punkt**,
- udział w targach – **1 punkt**,
- pokazy, degustacje – **1 punkt**,
- publikacje – **1 punkt**,
- każdy inny kanał przekazu – **1 punkt**,

w przypadku wykorzystania przez wnioskodawcę więcej niż jednego kanału przekazu, liczba punktów określonych w lit. a ulega zsumowaniu, przy czym nie może ona być wyższa niż 5 punktów;

b) zasięg terytorialny działań informacyjno – promocyjnych dotyczy:

- wyłącznie poziomemu regionalnego – **1 punkt**,
- wyłącznie poziomemu ogólnokrajowego – **3 punkty**,
- rynku wewnętrznego UE – **5 punktów**,

c) efektywność finansowa działań informacyjno – promocyjnych (W):

- od 100% do 110% – **1 punkt**,
- od 111% do 140% – **3 punkty**,
- powyżej 140% – **5 punktów**,

określana na podstawie wzoru:

$$W = \frac{\text{prognozowana wartość sprzedaży produktu po zakończeniu działań}}{\text{aktualna wartość sprzedaży}} * 100 \%$$

2. Brak wsparcia wnioskodawcy w ramach działania 133 „Działania informacyjne i promocyjne” objętego PROW 2007-2013 – 3 punkty.

W przypadku wnioskodawców, którym przyznano taką samą liczbę punktów, o kolejności przysługiwania pomocy decyduje liczba kanałów przekazu, planowanych do wykorzystania w ramach realizowanej operacji, począwszy od największej.

W przypadku wnioskodawców, którym przyznano taką samą liczbę punktów i którzy w ramach realizowanej operacji planują wykorzystać taką samą liczbę kanałów przekazu, o kolejności przyznania pomocy decyduje data złożenia kompletnego wniosku, począwszy od najwcześniejszej.

Uzasadnienie

Ad 1. Na podstawie zapisów PROW 2014-2020, pierwszeństwo w przyznawaniu pomocy w zakresie poddziałania, odnosić się będzie do tych wnioskodawców, dla których planowane do realizacji działania o charakterze informacyjno – promocyjnym odznaczać się będą wyższą efektywnością.

W celu zagwarantowania możliwości ubiegania się o pomoc zarówno podmiotom o dużym potencjale rynkowym (takim jak: organizacje branżowe i międzybranżowe), jak i drobnym podmiotom, założono, że w ramach poddziałania będą mogły być realizowane dwa rodzaje akcji o charakterze informacyjno – promocyjnym, tj.:

- **małe projekty promocyjne**, których wartość nie przekracza 100 000 zł,
- **duże projekty promocyjne**, których wartość nie przekracza 2 000 000 zł.

Kryteria wyboru będą uwzględniać założoną przez wnioskodawców efektywność zaplanowanych działań informacyjno – promocyjnych, która będzie weryfikowana na podstawie:

ad a) wskazanych przez wnioskodawców kanałów dystrybucji przekazu informacyjno-promocyjnego.

W związku z tym, że beneficjentami poddziałania mogą być zespoły promocyjne posiadające zróżnicowane możliwości realizacji zaplanowanych działań, zaproponowano przyjęcie jednakowej punktacji dla każdego z kanałów przekazu wykorzystanych w trakcie realizacji operacji. Dodatkowo przyjęto, iż wykorzystanie większej liczby kanałów przekazu przekłada się na wyższą efektywność realizowanych zadań, z tego względu założono, iż im więcej kanałów przekazu tym więcej punktów zostanie przyznanych danemu wnioskodawcy. Dobór kanałów przekazu będzie oceniany w trakcie weryfikacji wniosku o przyznanie pomocy,

a w przypadku uznania nieadekwatności dokonanych wyborów, sprawa będzie wyjaśniana na bieżąco z wnioskodawcą.

ad b) wskazania zasięgu terytorialnego działań informacyjno-promocyjnych.

Informacja o zasięgu planowanych do realizacji działań wskaże szacunkowy zakres odbiorców, do których wnioskodawca zamierza dotrzeć z informacją o produktach wytwarzanym w ramach systemu jakości. Uznano, że im szerszy został przyjęty zasięg terytorialny działań informacyjno-promocyjnych przez wnioskodawcę, tym wyższa będzie ich skuteczność, a zatem przyjęto, że im większy zasięg terytorialny tym przyznane zostanie więcej punktów. Takie podejście wynika z założenia, że im większa skuteczność w docieraniu i pozyskiwaniu nowych odbiorców, tym większy wzrost sprzedaży produktów oraz rozpowszechnianie informacji o zaletach stosowania systemu jakości.

Promocja produktów wytwarzanych w ramach systemów jakości powinna być ukierunkowana nie tylko na rynek krajowy ale również na rynek zagraniczny, przy ograniczeniu do rynku wewnętrznego tj. UE. Mając na uwadze potrzebę promocji produktów także na rynkach poza granicami RP, zasięg terytorialny takich działań będzie mógł zdobyć największą liczbę punktów.

ad c) efektywność finansowa działań informacyjno – promocyjnych:

Podmiot wdrażający obowiązany będzie do weryfikacji zadeklarowanego przez wnioskodawców planu efektywności działań informacyjno – promocyjnych, która będzie określana na podstawie wzoru, wskazanego w kryterium nr 1 lit. c.

Podmiot wdrażający, bazując na doświadczeniu własnym w organizowaniu działań promocyjnych oraz dostępnych metodach związanych z badaniem tego warunku, będzie oceniał zasadność przyjętych założeń dla każdego wniosku osobno, porównując także między sobą wszystkie wnioski o przyznanie pomocy, złożone w ramach danego naboru.

Preferowana będzie największa efektywność zaplanowanych działań, zweryfikowana pod kątem realności i poprawności założeń.

Ad 2. W związku z tym, że beneficjenci działania 133 PROW 2007-2013 będą także mogli ubiegać się o wsparcie ze środków poddziałania „Wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych przez grupy producentów na rynku wewnętrznym”, objętego PROW 2014 – 2020, przewidziano preferencje dla podmiotów, które będą się ubiegały o oferowany zakres wsparcia po raz pierwszy, dając możliwość uzyskania dodatkowych punktów „nowym” wnioskodawcom.

Suma wszystkich uzyskanych punktów będzie decydowała o kolejności przyznawania wsparcia.