

PRILOG 8 - KRITERIJI OCJENJIVANJA PLANA INFORMIRANJA I PROMOVIRANJA

Tip operacije 3.2.1 „Potpora za aktivnosti informiranja i promoviranja“

Kriterij ocjenjivanja		Bodovi
1	Usklađenost aktivnosti s ciljem Plana informiranja i promoviranja	Najviše 10
1.1	aktivnosti i s njima povezani troškovi u potpunosti su opisani i usklađeni s ciljem predviđenim u Planu informiranja i promoviranja	10
1.2	aktivnosti i s njima povezani troškovi ne zadovoljavaju ispunjenje cilja u potpunosti	5
2	Vrsta aktivnosti predviđenih u Planu informiranja i promoviranja (bodovi za različite aktivnosti se ne zbrajaju, a upisuje se broj bodova samo za aktivnosti koje imaju najveći broj bodova)	Najviše 4
2.1	- izrada promotivnih materijala koji mogu biti u obliku različitih medija i multimedijalnih proizvoda - zakup oglasnog prostora	1
2.2	- sudjelovanja korisnika na sajmovima, izložbama, manifestacijama i drugim namjenskim promotivnim događanjima gdje će se promovirati proizvodi iz sustava kvalitete i ekološki poljoprivredni proizvodi, - sudjelovanja korisnika na radionicama, seminarima i konferencijama	2
2.3	- organizacija sajmova, izložbi, manifestacija i drugih namjenskih promotivnih događanja gdje će se promovirati proizvodi iz sustava kvalitete i ekološki poljoprivredni proizvodi - organizacija radionica, seminara i konferencija	3
2.4	- izrada, razvoj i održavanje interaktivne mrežne stranice skupine/udruge namijenjene promoviranju proizvoda iz sustava kvalitete i ekoloških proizvoda - informativne i promotivne aktivnosti putem različitih kanala komunikacije, aktivnosti na prodajnim mjestima od nacionalnog ili EU značaja ili kroz HoReCa kanale	4
3	Broj različitih aktivnosti predviđenih u Planu informiranja i promoviranja (bodovi se dodjeljuju za broj aktivnosti od 8 ukupno navedenih u prethodnom kriteriju)	Najviše 4
3.1	jedna aktivnost	1
3.2	dvije do četiri različite aktivnosti	2
3.3	pet do sedam različitih aktivnosti	3
3.4	osam različitih aktivnosti	4
4.	Doprinos Plana informiranja i promoviranja uključivanju novih proizvođača u sustave kvalitete	Najviše 2
4.1	najmanje jedna od aktivnosti Plana informiranja i promoviranja izravno	2

	doprinosi uključivanju novih proizvođača u sustave kvalitete	
MAKSIMALNI BROJ BODOVA		20
PRAG PROLAZNOSTI		12