METODOLOGIE VERIFICARE CRITERII DE SELECTIE

MASURA M4/3A
SPRIJIN PENTRU ÎNFIINȚAREA ȘI DEZVOLTAREA DE STRUCTURI ASOCIATIVE

Nr. crt.	Principii şi criterii de selecţie	Documente verificate
1.	Dezvoltarea unei structuri asociative care să includă funcţii integrate(flux operaţional complet)	STATUT pentru Societatea cooperativă înfiinţată în baza Legii nr.1/2005
	Fluxul operaţional integrează toate cele trei funcţii	
	Fluxul operaţional integrează două funcţii	
	Flux operaţional cu o funcţie	
2.	Gradul de acoperire a teritorului în cadrul acţiunilor	STATUT pentru Societatea cooperativă înfiinţată în baza Legii nr.1/2005
	Se implementează într-o localitate cu suprafaţa mai mare de 50 km^2	Plan de marketing
	Se implementează întro localitate cu suprafaţa mai mare de 40 km^2	
	Se implementează întro localitate cu suprafaţa mai mare de 20 km^2	
3	Dezvoltarea profesională şi implicare (asigurarea sustenabilităţii post-proiect)	
4.	Relevanţă a structurii de membrii în acord cu SDL Parteneriatul are:	STATUT pentru Societatea cooperativă înfiinţată în baza Legii nr.1/2005
	a) mai mult de 10 membri	
	b) între 5-10 membri	
	b) între minim3-5 membri	
5	DEZVOLTARE DE LANŢ SCURT(ABORDARE DE MARKETING) Principiul „piețelor locale” (i.e. distanță geografică mai mică între punctul de producție și punctul de vânzare).	Plan de marketing
	5.1. Distanţa dintre exploatația de origine a produsului/produselor și punctul de comercializare se încadrează între:	
	a) 0-10 km; b) > 11-30 km. Distanța dintre exploatația de origine a produsului/produselor și punctul de comercializare se calculează prin intermediul GPS. Se va avea în vedere distanța rutieră cea mai scurtă. Dovada încadrării în limitele de km menționate anterior nu este necesară. Distanța va fi verificată de AFIR. Solicitantul trebuie să se asigure înainte de depunerea proiectului că se încadrează în limitele de	

	mai sus și să menționeze în proiect distanța maximă dintre exploatația de origine a produsului/produselor și punctul de comercializare	
	5.2 Proiecte care propun integrarea lanțului scurt cu piață locală Se vor puncta proiectele ce propun un plan de marketing ce cuprinde atât componenta de dezvoltare a lanțului scurt cât și componenta de dezvoltare a unei piețe locale. Se aplică proiectelor care propun înființarea și dezvoltarea piețelor locale exclusiv prin lanțuri scurte.	
6	Implementarea eficientă şi accelerată a proiectului	Plan de marketing