

Kryteria wyboru operacji własnych

**KRYTERIA WYBORU OPERACJI WŁASNYCH**

Przedsięwzięcie: *1.2.3 Działania promujące dziedzictwo kulturowe obszaru i wymiana doświadczeń*

| <b>Kryterium:</b>   | <b>Możliwa punktacja ocenianej operacji</b>  | <b>Adekwatność do diagnozy</b>  |
|---|--|---|
| <p><b>1. Operacja przyczynia się do zintegrowania lokalnego dziedzictwa kulturowego</b></p> <p><i>Preferowane są operacje w ramach, których zakłada się zintegrowaną promocję dziedzictwa lokalnego o charakterze materialnym jak i nie materialnym</i></p>   | <p>Operacja dot. wyłącznie promocji dziedzictwa materialnego – <b>3 pkt</b></p> <p>Operacja dot. promocji dziedzictwa materialnego i niematerialnego – <b>6 pkt</b></p>  | <p>Kryterium jest istotne dla poprawy wykorzystania walorów i zasobów kulturowych obszaru, zapewnia zintegrowanie działań promocyjnych dziedzictwa lokalnego.</p>   |
| <p><b>2. Zakres oddziaływania operacji</b></p> <p><i>Preferowane są operacje skierowane do większej liczby odbiorców, w tym takie które zawierają metody pozwalające na dotarcie z informacją do nieograniczonej liczby osób jak np. strona internetowa</i></p>   | <p>Zakłada się nieograniczoną wielkościowo dostępność działań promocyjnych – <b>10 pkt</b></p> <p>Zakłada się objęcie działaniami promocyjnymi poniżej 3000 tys. osób – <b>5 pkt</b></p>   | <p>Słaba tożsamość kulturowa obszaru wymaga działań wzmacniających, skierowanych dla jak najszerszego grona mieszkańców LGD.</p>  |
| <p><b>3. W ramach operacji zakłada się wydanie publikacji dot. dziedzictwa lokalnego</b></p> <p><i>Preferowane są operacje w ramach których zostanie wydana publikacja dedykowana dzieciom i młodzieży do 26 lat</i></p>  | <p>Zakłada się wydanie dwóch publikacji, z czego jednej dedykowanej dla dzieci i młodzieży do 26 lat - <b>10 pkt</b></p> <p>Zakłada się wydanie dwóch publikacji – <b>6 pkt</b></p> <p>Zakłada się wydanie jednej publikacji – <b>2 pkt</b></p> <p>Brak publikacji – <b>0 pkt.</b></p> | <p>Dzieci i młodzież stanowią grupę o stosunkowo najsłabszej tożsamości kulturowej, dlatego istotnym jest aby skierować działania promocyjne dla tej grupy, co bezpośrednio zapewnia wyznaczone kryterium.</p>  |
| <p><b>4. Innowacyjność operacji</b></p> <p><i>Innowacyjność oznacza zastosowanie lub wprowadzenie nowych lub ulepszonych produktów, procesów (technologii), metod organizacji lub marketingu poprzez praktyczne wykorzystanie lokalnych zasobów charakterystycznych dla obszaru LGD (przyrodniczych, historycznych, kulturowych czy społecznych). Za innowacyjność uznaje się również nowatorskie metody promocji produktów i usług, w szczególności tych wykorzystujących rozszerzoną rzeczywistość. <b>Rozszerzona rzeczywistość</b> (augmented</i></p> | <p>– brak innowacyjności – <b>0 pkt</b></p> <p>– innowacyjność na poziomie sołectwa – <b>3 pkt</b></p> <p>– innowacyjność na poziomie gminy – <b>6 pkt</b></p> <p>– innowacyjność na poziomie</p>  | <p>Wzmocnienie tożsamości kulturowej obszaru powinno się odbywać w atrakcyjnej formule, która będzie atrakcyjna dla ludzi młodych co wymaga innowacyjnych form. Działania upowszechniające lokalne dziedzictwo powinny być ciekawą formą zagospodarowania czasu</p> |

**Załącznik nr 4 do Procedury wyboru operacji własnych LGD Stowarzyszenia „Wielkopolska z Wyobraźnią”.**

**Kryteria wyboru operacji własnych**

|  |                             |          |
|--|-----------------------------|----------|
| reality) to łączenie obrazu realnego świata z elementami wirtualnymi, wygenerowanymi komputerowo. Pozwala na uzupełnienie postrzegania świata rzeczywistego o dodatkowe elementy. Mogą to być elementy czysto informacyjne jak również spełniające rolę marketingową i promocyjną. | obszaru LGD – <b>10 pkt</b> | wolnego. |
|--|-----------------------------|----------|

**Powyższe kryteria mają zastosowanie również w przypadku, gdy przedsięwzięcie będzie realizowane poprzez konkurs.**

Aktualizacja/zmiana kryteriów jest realizowana zgodnie z **Procedurą Aktualizacji LSR.**