

ROMÂNIA
JUDEȚUL PRAHOVA
CONSILIUL LOCAL AL COMUNEI
PROVIȚA DE JOS



HOTĂRÂRE

Cu privire la aprobarea Acordului de cooperare, precum și stabilirea și aprobarea unor măsuri și reglementări în vederea implementării Proiectului: *Amenajarea unui spațiu de promovare și comercializare a produselor locale ale producătorilor agricoli de pe raza comunei Provița de Jos*

În conformitate cu prevederile art.129, alin.(2), lit.b și lit.e, alin.(4), lit.f, alin.(9), lit.a, alin.(7), lit.r, din Ordonanța de urgență nr.57/05.07.2019 privind Codul administrativ, cu modificările și completările ulterioare;

Având în vedere referatul de aprobare nr.5915 din 21.09.2023 al domnului primar Bocioacă Ionuț, raportul compartimentului achiziții publice nr.5916 din 21.09.2023 întocmit de consilier Dascălu Vasilica-Nicoleta, raportul compartimentului buget, finanțe, contabilitate, investiții, impozite și taxe nr.464/5961/22.09.2023, întocmit de inspector Iarca Macrina-Melania precum și raportul comisiei de specialitate a Consiliului Local al comunei Provița de Jos;

Ținând cont de:

-cererile depuse de Ghinea Ion, Motoroiu Constantin, Manta Gheorghe, Ușurelu Cătălin-Ioan și Andreiu Ioan, prin care solicită sprijin din partea autorității locale pentru a comercializa surplusul de produse,

-Hotărârea nr.87/02.08.2023 adoptată de Asociația Grupul de Acțiune Locală „Dealurile Sultanului”,

-Hotărârea nr.43/27.07.2023 cu privire la aprobarea demarării procedurilor pentru colaborarea cu G.A.L. „Dealurile Sultanului” în vederea amenajării unui spațiu de promovare și comercializare a surplusului de produse locale ale producătorilor agricoli de pe raza comunei Provița de Jos, adoptată în ședința ordinară a Consiliului Local al comunei Provița de Jos;

În temeiul prevederilor art.136, alin.(1), art.139, alin.(3), lit.f, art.196, alin.(1), lit.a, din Ordonanța de urgență nr.57/05.07.2019 privind Codul administrativ, cu modificările și completările ulterioare,

CONSILIUL LOCAL AL COMUNEI PROVIȚA DE JOS adoptă prezenta hotărâre:

Art.1 Se aprobă Acordul de cooperare în vederea implementării Proiectului: „Amenajarea unui spațiu de promovare și comercializare a produselor locale ale producătorilor agricoli de pe raza comunei Provița de Jos”, denumit în continuare Acord și prevederile acestui Acord, conform Anexei nr.1 la prezenta hotărâre.

Art.2 Se însușește Planul de marketing conform Anexei nr.2, ce face parte integrantă din prezenta hotărâre.

Art.3 Se mandatează domnul Bocioacă Ionuț, primarul comunei Provița de Jos, în calitate de reprezentant legal, pentru semnarea oricăror documente necesare pentru aprobarea și implementarea Proiectului.

Art.4 Se desemnează domnul primar Bocioacă Ionuț ca responsabil de proiect la nivelul comunei Provița de Jos.

Art.5 Se aprobă punerea la dispoziție, în mod gratuit, a terenului în suprafață de 386 m.p., categoria de folosință curți-construcții, ce se află în intravilanul localității și aparține domeniului privat al comunei Provița de Jos, pentru organizarea pieței și desfășurarea activității acesteia, identificat prin: număr cadastral 21644, Tarla 22, Parcela 1869/2, pe toată durata implementării proiectului și a valabilității Acordului.

Art.6 Se aprobă participarea comunei Provița de Jos la plata cheltuielilor eligibile ce-i revin conform buget proiect, precum și la alte cheltuieli neeligibile, după caz.

Art.7 Prezenta hotărâre se comunică, prin intermediul secretarului general al comunei Provița de Jos, în termenul prevăzut de lege, primarului comunei Provița de Jos, Prefectului Județului Prahova, Grupului de acțiune locală „Dealurile Sultanului”, compartimentului buget, finanțe, contabilitate, investiții, impozite și taxe, compartimentului achiziții publice și integrare europeană și se va aduce la cunoștință publică prin afișare pe site și la sediul primăriei.



PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ,
Consilier local,
Alin-Vasile GORAN

Contrasemnează,
SECRETAR GENERAL,

 Minodora-Adina DUMITRACHE

Nr. 49 din 28.09.2023

Anexa nr. 1 la HCL nr. 49
din 18.09.2023



ACORD DE COOPERARE ÎN VEDEREA
implementării proiectului
“Amenajarea unui spațiu de promovare și comercializare a
produselor locale ale producătorilor agricoli de pe raza
comunei Provița de Jos”

Nr. ____/ Data ____ .09.2023
(înregistrarea este efectuată de liderul de proiect)

Părțile*

- **ASOCIAȚIA "GRUPUL DE ACȚIUNE LOCALĂ DEALURILE SULTANULUI"**, cu sediul în VIȘINEȘTI, nr.77, județul DÂMBOVIȚA, în calitate de LIDER DE PROIECT, CUI 29032612, reprezentat legal prin ROTARU FABIAN, având funcția de PREȘEDINTE CONSILIU DIRECTOR și având ca responsabil de proiect pe ROTARU FABIAN, cu funcția de MANAGER DE PROIECT.
- **COMUNA PROVIȚA DE JOS**, cu sediul în comuna PROVIȚA DE JOS, strada PRINCIPALA, nr.168, în calitate de PARTENER 1, CUI 2843159, reprezentat legal prin BOCIOACĂ IONUȚ, având funcția de PRIMAR și având ca responsabil de proiect pe BOCIOACĂ IONUȚ, cu funcția de PRIMAR.
- **GHINEA ION**, cu domiciliul comuna PROVIȚA DE JOS, sat DRĂGĂNEASA, nr.395, județul PRAHOVA, în calitate de PARTENER 2, CNP 1670330290915, reprezentat legal prin GHINEA ION, având funcția de FERMIER/PERSOANĂ FIZICĂ și având ca responsabil de proiect pe GHINEA ION, cu funcția de FERMIER/PERSOANĂ FIZICĂ.
- **ANDREIU IOAN** cu domiciliul comuna PROVIȚA DE JOS, sat DRĂGĂNEASA, nr.179B, județul PRAHOVA, în calitate de PARTENER 3, CNP 1670828290936, reprezentat legal prin ANDREIU IOAN, având funcția de FERMIER/PERSOANĂ FIZICĂ și având ca responsabil de proiect pe ANDREIU IOAN, cu funcția de FERMIER/PERSOANĂ FIZICĂ.
- **MOTOROIU CONSTANTIN** cu domiciliul comuna PROVIȚA DE JOS, sat PROVIȚA DE JOS, nr.32, județul PRAHOVA, în calitate de PARTENER 4, CNP 1530102290926, reprezentat legal prin MOTOROIU CONSTANTIN, având funcția de FERMIER/PERSOANĂ FIZICĂ și având ca responsabil de proiect pe MOTOROIU CONSTANTIN, cu funcția de FERMIER/PERSOANĂ FIZICĂ.
- **MANTA GHEORGHE** cu domiciliul comuna PROVIȚA DE JOS, sat PROVIȚA DE JOS, nr.42, județul PRAHOVA, în calitate de PARTENER 5, CNP 1650724290900, reprezentat legal prin MANTA GHEORGHE, având funcția de FERMIER/PERSOANĂ FIZICĂ și având ca responsabil de proiect pe MANTA GHEORGHE, cu funcția de FERMIER/PERSOANĂ FIZICĂ.
- **UȘURELU CĂTĂLIN IOAN** cu domiciliul comuna PROVIȚA DE JOS, sat PROVIȚA DE JOS, nr.493, județul PRAHOVA, în calitate de PARTENER 6, CNP 1860710295904, reprezentat legal prin UȘURELU CĂTĂLIN IOAN, având funcția de FERMIER/PERSOANĂ FIZICĂ și având ca responsabil de proiect pe UȘURELU CĂTĂLIN IOAN, cu funcția de FERMIER/PERSOANĂ FIZICĂ.

au convenit următoarele:

Art.1 Acordul de cooperare în vederea cooperării pentru implementarea proiectului ***“Amenajarea unui spațiu de promovare și comercializare a produselor locale ale producătorilor agricoli de pe raza comunei Provița de Jos”***(denumit în continuare ”Acord”)

1.1 Prin semnarea prezentului Acord, părțile își exprimă voința de asociere/colaborare în vederea implementării proiectului ***“Amenajarea unui spațiu de promovare și comercializare a produselor locale ale producătorilor agricoli de pe raza comunei Provița de Jos”***

1.2 Părțile convin că prezentul Acord reprezintă o convenție privind colaborarea între semnatori în atingerea obiectivului comun/realizarea obiectului comun.

1.3 Părțile admit faptul că prezentul Acord nu dă naștere unei noi persoane juridice constituite de/între parteneri, excepție cazul dezvoltării unei forme asociative la finalul implementării proiectului.

1.4 Părțile iau act de obligativitatea respectării prevederilor acestui acord, alături de criteriile de eligibilitate și de selecție ale proiectului, inclusiv în perioada de monitorizare a proiectului.

Art.2 Obiectul

2.1 Obiectul acestui acord îl reprezintă stabilirea responsabilităților fiecărui partener în vederea implementării proiectului cu titlul ***“Amenajarea unui spațiu de promovare și comercializare a produselor locale ale producătorilor agricoli de pe raza comunei Provița de Jos”*** numit în continuare proiect, care este depus în cadrul cererii de propuneri de proiecte M7/3A-1/23-29.09.2023 SDL GAL Dealurile Sultanului și selectat pentru finanțare din cadrul PNDR 2014-2020.

2.2 Prevederile Ghidului Solicitantului, a Cererii de Finanțare și a Anexelor acesteia sunt direct aplicabile prezentului Acord. Se va înțelege că, în cazul unor discrepanțe între prevederile prezentului Acord și cele ale Cererii de Finanțare, acestea din urmă vor prevala.

Art.3 Principiile de bună practică ale parteneriatului

3.1. Toți partenerii trebuie să contribuie la realizarea/implementarea proiectului în modalitățile precizate în cererea de finanțare și prezentul Acord.

3.2. Părțile trebuie să se consulte în mod regulat și să se informeze asupra tuturor aspectelor privind evoluția proiectului.

3.3. Semnarii prezentului Acord înțeleg și acceptă faptul că nerespectarea culpabilă a prezentului Acord, îndeosebi în relația cu Agenția pentru Finanțarea Investițiilor Rurale, poate avea drept consecință rezilierea contractului de finanțare și, după caz, excluderea Liderului de Proiect, a oricăruia dintre parteneri sau a tuturor membrilor parteneriatului de la acordarea de finanțare nerambursabilă din FEADR.

3.4 Semnarii prezentului acord înțeleg și acceptă faptul că rolurile și responsabilitățile prevăzute la art. 6.1, ce revin fiecăreia dintre părțile semnate, vor fi îndeplinite prin utilizarea de resurse umane proprii și/sau externalizare de activități. Externalizarea de activități este acceptată dacă a fost în mod explicit descrisă în Planul de Marketing, la

subsecțiunea corespunzătoare și dacă se supune regulilor prevăzute de ghidul solicitantului.

Art. 4 Durata acordului

4.1. Durata Acordului este corespunzătoare duratei prevăzute în contractul de finanțare pentru implementarea și derularea proiectului, iar prelungirea acestuia conduce automat la extinderea duratei prezentului acord.

Art. 5 Drepturi și obligații ale partenerilor

5.1. Drepturi și obligații ale partenerului/partenerilor:

a) Liderul de Proiect va depune cererea de finanțare și anexele acesteia, conform formatului și modalităților stabilite în ghidul solicitantului, și va semna contractul de finanțare, acestuia revenindu-i, în raporturile cu AM/AFIR, responsabilitatea finală în implementarea proiectului în conformitate cu prevederile contractului de finanțare.

b) Liderul de Proiect va consulta partenerii cu regularitate, îi va informa despre progresul acțiunii și le va furniza copii ale rapoartelor de implementare și ale tuturor documentelor cu impact asupra bunei desfășurări a implementării proiectului.

c) Liderul de Proiect va realiza prezentarea/diseminarea informațiilor relevante cu privire la proiect, în condițiile specificate în Ghidul Solicitantului.

d) Liderul de Proiect propune un coordonator al proiectului (persoană fizică, angajată de către Liderul de Proiect pe o perioadă cel puțin egală cu perioada de derulare a proiectului, desemnată pentru a gestiona proiectul, respectând condițiile specificate în Ghidul Solicitantului).

e) Propunerile pentru modificări ale proiectului (de ex: activități, parteneri, etc.) trebuie să fie convenite cu partenerii înaintea solicitării aprobării de către AFIR. Când nu se ajunge la un acord asupra modificărilor, liderul de proiect va indica acest lucru atunci când va solicita aprobarea AFIR. Înlocuirea partenerilor, fără consimțământul scris al acestora, este posibilă doar în cazul nerealizării culpabile de către aceștia, dovedite AFIR, a activităților asumate, în cazul nerespectării procedurilor stabilite pentru buna implementare a proiectului sau în ipoteza deschiderii procedurii insolvenței față de aceștia.

f) Semnatarii prezentului Acord înțeleg și acceptă că nu se pot elimina parteneri din proiect fără înlocuirea acestora cu alte entități ce îndeplinesc condițiile reglementate de Ghidul Solicitantului, preiau cel puțin obligațiile asumate de partenerul pe care îl înlocuiesc și fac dovada unei capacități tehnice, operaționale și financiare cel puțin similare cu a partenerului pe care îl înlocuiesc. Nu se pot elimina parteneri din proiect cu preluarea obligațiilor asumate de aceștia de către partenerii existenți.

g) Semnatarii prezentului Acord înțeleg și acceptă că este permisă și creșterea numărului de parteneri, cu condiția ca această acțiune să fie asumată în unanimitate, noii membrii urmând a fi incluși cu acordul partenerilor prezenți în parteneriat la momentul solicitării modificării, respectând toate angajamentele asumate, inclusiv condițiile de eligibilitate și selecție prin intermediul unui Act adițional la prezentul Acord.

h) Costurile angajate de Liderul de Proiect și de către parteneri sunt eligibile, corespunzător proiectului aprobat.

- i) Semnatarii prezentului acord înțeleg și acceptă să colaboreze și să susțină derularea proiectului, inclusiv prin activități de informare și publicitate pe toată durata proiectului.
- j) Semnatarii prezentului acord înțeleg și acceptă să respecte termenele de derulare ale proiectului, precum și termenele prevăzute pentru decontarea cheltuielilor.
- k) Semnatarii prezentului acord înțeleg și acceptă să ducă la îndeplinire obiectivele cuprinse în cererea de finanțare și asumate prin contractul de finanțare.
- l) Semnatarii prezentului acord înțeleg și acceptă să furnizeze expertiza sau resursele umane asumate, necesare pentru asigurarea bunei desfășurări a activităților pentru care sunt responsabili, conform Cererii de Finanțare.
- m) Semnatarii prezentului acord înțeleg și acceptă să se informeze reciproc și să își pună la dispoziție documentele necesare ce atestă realizarea activităților asumate și cheltuielile efectuate.
- n) Semnatarii prezentului acord înțeleg și acceptă că liderul de proiect și partenerii trebuie să mențină o evidență contabilă analitică, utilizând conturi analitice pentru reflectarea tuturor operațiunilor referitoare la implementarea activităților ce le revin, în conformitate cu dispozițiile legale în vigoare și vor pune la dispoziția acestuia toate informațiile necesare

Art. 6 Responsabilitățile părților în implementarea proiectului și drepturile lor după finalizarea acestuia

6.1. Responsabilitățile partenerilor sunt descrise în tabelul de mai jos și corespund prevederilor Cererii de Finanțare - care reprezintă documentul principal în stabilirea acestor aspecte ale parteneriatului.

Partener	Rolul, responsabilitățile în proiect și experiența relevantă a partenerilor (se vor menționa inclusiv amplasamentul /amplasamentele pe care vor fi efectuate investițiile, dacă este cazul, și partenerul/partenerii care dețin locațiile respective). Pentru fiecare membru vor fi menționate detaliat și personalizat rolul și responsabilitățile pe perioada de derulare a proiectului.
Lider de parteneriat-Asociația "Grupul de Acțiune Locală Dealurile Sultanului"	Entitate coordonatoare a proiectului, va răspunde de implementarea acestuia. Propune un coordonator al proiectului (persoană fizică, angajată de către liderul de proiect pe o perioadă cel puțin egală cu perioada de derulare a proiectului, desemnată pentru a gestiona proiectul, din punct de vedere tehnic și în ceea ce privește relațiile dintre parteneri, respectând condițiile specificate în Ghidul Solicitantului). Deasemenea, coordonatorul va întocmi acte administrative ale relației cu AFIR: dosare de achiziții, cereri de plată, etc. Propune un administrator al spațiului de promovare și comercializare a produselor locale (persoană fizică, angajată de

	către liderul de proiect pe o perioadă cel puțin egală cu perioada de derulare a proiectului) care să mențină relațiile cu partenerii fermieri, să se asigure de organizarea în fiecare weekend a pieței locale și a prezenței producătorilor, să deruleze activități de promovare și să țină legătura cu Primăria Comunei Provița de Jos pentru realizarea obiectivului proiectului. Coordonează/gestionează tehnic și financiar desfășurarea proiectului. Asigură o comunicare eficientă între toți partenerii implicați, care să permită implementarea cu succes a proiectului. Asigură comunicarea cu AM/AFIR. Asigură vizibilitatea proiectului și a finanțatorului, în conformitate cu dispozițiile legale în vigoare. Va păstra documentele necesare în vederea monitorizării și va gestiona relația cu AFIR. Întocmește planul de achiziții și realizează achizițiile necesare pentru implementarea proiectului conform bugetului aprobat. Primește și analizează informațiile necesare pentru întocmirea rapoartelor narative și financiare primite din partea partenerilor și colaboratorilor. Participă la activitățile de promovare din cadrul proiectului. Realizează achiziții ale proiectului și întocmește dosarele cererilor de plată pentru rambursarea costurilor eligibile de către AFIR. Realizează cheltuielile eligibile, prevăzute de proiect, încadrate la capitolele 2.3, 3.1 și 3.3.
Partener 1- COMUNA PROVIȚA DE JOS	Desemnează un membru al organizației cu rol de reprezentant al acestuia în cadrul proiectului. Derulează activități stabilite de comun acord cu Liderul de proiect pentru asigurarea unei bune implementări a proiectului. Realizează cheltuielile eligibile, prevăzute de proiect, încadrate la capitolul 3.2. Pune la dispoziție locul necesar amenajării spațiului de promovare și comercializare a produselor locale, în mod gratuit. Facilitează, la cererea producătorilor, bransarea la energie electrică a căsuțelor comerciale. Întocmește și aprobă un Regulament de organizare și funcționare a spațiului de promovare și comercializarea produselor locale din Provița de Jos.

	Obține sau eliberează, dacă este cazul, avizele sau acordurile organizării spațiului de comercializare a produselor locale. Pune la dispoziție gratuit sediul primăriei pentru desfășurarea întâlnirilor parteneriatului. Realizează achiziții ale proiectului și sprijină întocmirea dosarelor cererilor de plată pentru rambursarea costurilor eligibile de către AFIR.
Partener 2 - GHINEA ION	Desemnează un membru al organizației cu rol de reprezentant al acestuia în cadrul proiectului. Derulează activități stabilite de comun acord cu Liderul de proiect pentru asigurarea unei bune implementări a proiectului. Participă și comercializează produse din ferma proprie în spațiul organizat prin proiect. Participă la acțiunile de promovare din cadrul proiectului. Este responsabil pentru îndeplinirea condițiilor legale de vânzare directă a produselor proprii. Este responsabil de utilizarea și întreținerea în bune condiții a dotărilor și echipamentelor puse la dispoziție pentru comercializarea produselor în spațiul organizat prin proiect.
Partener 3 - ANDREIU IOAN	Desemnează un membru al organizației cu rol de reprezentant al acestuia în cadrul proiectului. Derulează activități stabilite de comun acord cu Liderul de proiect pentru asigurarea unei bune implementări a proiectului. Participă și comercializează produse din ferma proprie în spațiul organizat prin proiect. Participă la acțiunile de promovare din cadrul proiectului. Este responsabil pentru îndeplinirea condițiilor legale de vânzare directă a produselor proprii. Este responsabil de utilizarea și întreținerea în bune condiții a dotărilor și echipamentelor puse la dispoziție pentru comercializarea produselor în spațiul organizat prin proiect.
Partener 4 - MOTOROIU CONSTANTIN	Desemnează un membru al organizației cu rol de reprezentant al acestuia în cadrul proiectului. Derulează activități stabilite de comun acord cu Liderul de proiect pentru asigurarea unei bune implementări a proiectului. Participă și comercializează produse din ferma proprie în spațiul organizat prin proiect.

	Participă la acțiunile de promovare din cadrul proiectului. Este responsabil pentru îndeplinirea condițiilor legale de vânzare directă a produselor proprii. Este responsabil de utilizarea și întreținerea în bune condiții a dotărilor și echipamentelor puse la dispoziție pentru comercializarea produselor în spațiul organizat prin proiect.
Partener 5 - MANTA GHEORGHE	Desemnează un membru al organizației cu rol de reprezentant al acestuia în cadrul proiectului. Derulează activități stabilite de comun acord cu Liderul de proiect pentru asigurarea unei bune implementări a proiectului. Participă și comercializează produse din ferma proprie în spațiul organizat prin proiect. Participă la acțiunile de promovare din cadrul proiectului. Este responsabil pentru îndeplinirea condițiilor legale de vânzare directă a produselor proprii. Este responsabil de utilizarea și întreținerea în bune condiții a dotărilor și echipamentelor puse la dispoziție pentru comercializarea produselor în spațiul organizat prin proiect.
Partener 6 - UȘURELU CĂTĂLIN- IOAN	Desemnează un membru al organizației cu rol de reprezentant al acestuia în cadrul proiectului. Derulează activități stabilite de comun acord cu Liderul de proiect pentru asigurarea unei bune implementări a proiectului. Participă și comercializează produse din ferma proprie în spațiul organizat prin proiect. Participă la acțiunile de promovare din cadrul proiectului. Este responsabil pentru îndeplinirea condițiilor legale de vânzare directă a produselor proprii. Este responsabil de utilizarea și întreținerea în bune condiții a dotărilor și echipamentelor puse la dispoziție pentru comercializarea produselor în spațiul organizat prin proiect.

6.2 Drepturile și obligațiile părților după finalizarea proiectului, inclusiv asupra rezultatelor proiectului

Partener	Pentru fiecare membru al parteneriatului vor fi menționate drepturile și obligațiile, inclusiv asupra rezultatelor proiectului (proprietate, drept de utilizare etc).
Lider de proiect - Asociația "Grupul de Acțiune Locală Dealurile Sultanului"	Asigură vizibilitatea proiectului și a finanțatorului, în conformitate cu dispozițiile legale în vigoare inclusiv după finalizarea proiectului. Păstrează și arhivează în bune condiții documentele necesare în vederea monitorizării. Are dreptul să preia rezultatele obținute în cadrul proiectului și să le utilizeze în promovarea activității. Are dreptul să folosească rezultatele prezentului proiect pentru a iniția și depune alte proiecte similare pentru finanțare din fonduri nerambursabile. Are obligația să ia parte la implementarea eficientă a proiectului.
Partener 1 COMUNA PROVIȚA DE JOS	Are dreptul să susțină și să organizeze spațiul de comercializare cu produse locale și după finalizarea perioadei de implementare a proiectului. Are obligația să ia parte la implementarea eficientă a proiectului, să coopereze, să efectueze și să îndeplinească, prompt și la timp, toate obligațiile care îi revin în temeiul acestui Acord și al contractului de finanțare (în cazul în care proiectul va fi contractat) Se angajează să notifice prompt liderul de proiect în legătură cu orice informație semnificativă, fapt, problemă sau întârziere susceptibilă de a afecta proiectul.
Partener 2 GHINEA ION	Are dreptul să continue activitatea de promovare și comercializare a produselor proprii în spațiul organizat și să beneficieze de echipamentele/dotările puse la dispoziție prin proiect. Are dreptul să inițieze și să depună aplicații pentru finanțare nerambursabilă care să adauge valoare rezultatelor obținute în prezentul proiect. Are dreptul să preia rezultatele obținute în cadrul proiectului și să le utilizeze în promovarea activității. Are obligația să ia parte la implementarea eficientă a proiectului, să coopereze, să efectueze și să îndeplinească, prompt și la timp, toate obligațiile care îi revin în temeiul acestui Acord și al contractului de finanțare (în cazul în care proiectul va fi contractat) Se angajează să notifice prompt liderul de proiect în legătură cu orice informație semnificativă, fapt, problemă sau întârziere susceptibilă de a afecta proiectul.

Partener 3 ANDREIU IOAN	Are dreptul să continue activitatea de promovare și comercializare a produselor proprii în spațiul organizat și să beneficieze de echipamentele/dotările puse la dispoziție prin proiect. Are dreptul să inițieze și să depună aplicații pentru finanțare nerambursabilă care să adauge valoare rezultatelor obținute în prezentul proiect. Are dreptul să preia rezultatele obținute în cadrul proiectului și să le utilizeze în promovarea activității. Are obligația să ia parte la implementarea eficientă a proiectului , să coopereze, să efectueze și să îndeplinească, prompt și la timp, toate obligațiile care îi revin în temeiul acestui Acord și al contractului de finanțare (în cazul în care proiectul va fi contractat) . Se angajează să notifice prompt liderul de proiect în legătură cu orice informație semnificativă, fapt, problemă sau întârziere susceptibilă de a afecta proiectul.
Partener 4 MOTOROIU CONSTANTIN	Are dreptul să continue activitatea de promovare și comercializare a produselor proprii în spațiul organizat și să beneficieze de echipamentele/dotările puse la dispoziție prin proiect. Are dreptul să inițieze și să depună aplicații pentru finanțare nerambursabilă care să adauge valoare rezultatelor obținute în prezentul proiect. Are dreptul să preia rezultatele obținute în cadrul proiectului și să le utilizeze în promovarea activității. Are obligația să ia parte la implementarea eficientă a proiectului , să coopereze, să efectueze și să îndeplinească, prompt și la timp, toate obligațiile care îi revin în temeiul acestui Acord și al contractului de finanțare (în cazul în care proiectul va fi contractat) . Se angajează să notifice prompt liderul de proiect în legătură cu orice informație semnificativă, fapt, problemă sau întârziere susceptibilă de a afecta proiectul.
Partener 5 MANTA GHEORGHE	Are dreptul să continue activitatea de promovare și comercializare a produselor proprii în spațiul organizat și să beneficieze de echipamentele/dotările puse la dispoziție prin proiect. Are dreptul să inițieze și să depună aplicații pentru finanțare nerambursabilă care să adauge valoare rezultatelor obținute în prezentul proiect. Are dreptul să preia rezultatele obținute în cadrul proiectului și să le utilizeze în promovarea activității. Are obligația să ia parte la implementarea eficientă a proiectului , să coopereze, să efectueze și să îndeplinească, prompt și la timp,

	toate obligațiile care îi revin în temeiul acestui Acord și al contractului de finanțare (în cazul în care proiectul va fi contractat) Se angajează să notifice prompt liderul de proiect în legătură cu orice informație semnificativă, fapt, problemă sau întârziere susceptibilă de a afecta proiectul.
Partener 6 UȘURELU CĂTĂLIN-IOAN	Are dreptul să continue activitatea de promovare și comercializare a produselor proprii în spațiul organizat și să beneficieze de echipamentele/dotările puse la dispoziție prin proiect. Are dreptul să inițieze și să depună aplicații pentru finanțare nerambursabilă care să adauge valoare rezultatelor obținute în prezentul proiect. Are dreptul să preia rezultatele obținute în cadrul proiectului și să le utilizeze în promovarea activității. Are obligația să ia parte la implementarea eficientă a proiectului, să coopereze, să efectueze și să îndeplinească, prompt și la timp, toate obligațiile care îi revin în temeiul acestui Acord și al contractului de finanțare (în cazul în care proiectul va fi contractat) Se angajează să notifice prompt liderul de proiect în legătură cu orice informație semnificativă, fapt, problemă sau întârziere susceptibilă de a afecta proiectul.

Art. 7 Angajamente financiare

7.1. Pentru activitățile desfășurate în conformitate cu Art. 6, partenerii, inclusiv liderul de parteneriat, vor angaja următoarele cheltuieli, după cum urmează:

Partener	Operațiune	Valoare estimată a cheltuielilor eligibile angajate, pe operațiune și total, pe perioada proiectului (lei, cu TVA)
Lider de proiect - Asociația "Grupul de Acțiune Locală Dealurile Sultanului"	2.3 Achiziție consumabile necesare desfășurării cooperării 3.1 Cheltuieli de promovare 3.3 Cheltuieli cu onorarii Total:	3.950 lei 21.200 lei 91.770 lei 116.920 lei
Partener 1 COMUNA PROVIȚA DE JOS	3.2 Cheltuieli legate de chirii Total:	107.100 lei
Partener 2 GHINEA ION	Nu este cazul.	0
Partener 3 ANDREIU IOAN	Nu este cazul.	0

Partener 4 MOTOROIU CONSTANTIN	Nu este cazul.	0
Partener 5 MANTA GHEORGHE	Nu este cazul.	0
Partener 6 UȘURELU CĂTĂLIN- IOAN	Nu este cazul.	0
Total		224.020 lei

7.2. Cheltuielile eligibile efectuate de către parteneri/lider vor fi rambursate de către AFIR pe baza documentelor justificative prezentate de aceștia la dosarul cererii de plata depus de liderul de proiect la AFIR și stabilite în contractul de finanțare și anexele la acesta.

7.3. Avansul poate fi solicitat AFIR de către liderul de proiect, în condițiile precizate în Instrucțiunile de plată, anexă la contractul de finanțare.

Art. 8 Achiziții

8.1. Achizițiile în cadrul proiectului vor fi făcute de către liderul de proiect sau oricare alt partener, cu respectarea prevederilor Ghidului Solicitantului, a condițiilor cuprinse în Contractul de Finanțare și a Instrucțiunilor emise de către AFIR.

Art9 Notificări

9.1. Orice comunicare între parteneri în legătură cu prezentul acord se va face în scris iar liderul de proiect va păstra documentele necesare în vederea unor verificări ulterioare.

9.2. Corespondența între părți aferentă proiectului, se va putea face și prin e-mail sau whatsapp, cu condiția ca primirea acesteia să fie confirmată și să poată fi dovedită iar liderul de proiect va păstra documentele necesare în vederea unor verificări ulterioare.

Art. 10 Legea aplicabilă

10.1. Prezentului Acord i se va aplica și va fi interpretat în conformitate cu legea română.

10.2. Pe durata prezentului Acord, părțile vor avea dreptul să convină în scris asupra modificării anumitor clauze, prin act adițional, oricând interesele lor cer acest lucru sau când aceste circumstanțe au loc și nu au putut fi prevăzute în momentul în care s-a încheiat prezentul Acord.

Art. 11 Litigii

11.1. Între părți pot fi încheiate alte contracte de colaborare, necesare derulării proiectului în bune condiții, dacă acestea nu contravin regulilor stabilite prin prezentul Acord de Cooperare, Contractul de Finanțare cu AFIR, Ghidul Solicitantului sau alte documente care stabilesc regulile de implementare pentru submăsurile 16.4 și 16.4a.

11.2. Orice dispută care poate lua naștere din sau în legătură cu prezentul Acord va fi soluționată pe calea negocierilor între părți, iar în situația în care acestea nu ajung la niciun acord privind soluționarea acestei dispute, acestea vor fi soluționate de instanțele competente, în conformitate cu prevederile legislației aplicabile.

Art. 12 Prevederi finale

12.1 Părțile garantează că reprezentanții numiți ale căror semnături apar mai jos au fost investiți, la data semnării/executării prezentului Acord, cu toate puterile legale de a semna și executa prezentul Acord.

12.2 Semnatarii prezentului acord înțeleg și acceptă faptul că deciziile reprezentanților numiți conform art 12.1 vor fi înregistrate și păstrate de către Liderul de proiect în vederea unor verificări ulterioare.

Prezentul Acord a fost întocmit și semnat astăzi _____, la sediul primăriei Comunei Provița de Jos, în 8 exemplare originale, în limba română, câte unul pentru fiecare parte și unul pentru AP, toate având aceeași valoare legală.

Semnături,

Parteneri	Reprezentat legal pentru constituirea acordului de cooperare (persoana cu drept de semnătură în cadrul entității juridice)	Reprezentant în cadrul proiectului (responsabil în echipa de proiect)	Semnătură	Data și locul
Lider de proiect - Asociația "Grupul de Acțiune Locală Dealurile Sultanului"	ROTARU FABIAN	ROTARU FABIAN		28.09.2023 Provița de Jos
Partener 1 COMUNA PROVIȚA DE JOS	BOCIOACĂ IONUȚ	BOCIOACĂ IONUȚ		28.09.2023 Provița de Jos.
Partener 2 GHINEA ION	GHINEA ION	GHINEA ION		28.09.2023 Provița de Jos
Partener 3 ANDREIU IOAN	ANDREIU IOAN	ANDREIU IOAN		28.09.2023 Provița de Jos
Partener 4 MOTOROIU CONSTANTIN	MOTOROIU CONSTANTIN	MOTOROIU CONSTANTIN		28.09.2023 Provița de Jos
Partener 5 MANTA GHEORGHE	MANTA GHEORGHE	MANTA GHEORGHE		28.09.2023 Provița de Jos.
Partener 6 UȘURELU CĂTĂLIN-IOAN	UȘURELU CĂTĂLIN-IOAN	UȘURELU CĂTĂLIN-IOAN		28-09-2023 Provița de Jos

Anexa 2 -Plan de marketing/studiu



"Amenajarea unui spațiu de promovare și comercializare a produselor locale ale producătorilor agricoli de pe raza comunei Provița de Jos"

Proiectul propune:

- ☐ Înființarea și dezvoltarea lanțurilor scurte de aprovizionare și dacă este cazul activități de promovare
- ☐ Înființarea și dezvoltarea piețelor locale și dacă este cazul activități de promovare.
- ✓ Înființarea și dezvoltarea piețelor locale exclusiv prin lanțuri scurte și dacă este cazul activități de promovare.

Introducere

Descrierea pe scurt în rubrica de mai jos a obiectivelor care se doresc a fi atinse prin planul de marketing/studiul propus:

- **Obiectiv general.**
- **Obiective specifice.**

Obiectivul general:

Creșterea valorii adăugate a produselor agricole locale din teritoriul GAL Dealurile Sultanului, respectiv din comuna Provița de Jos, prin crearea unui parteneriat pentru amenajarea unui spațiu destinat promovării și comercializării produselor locale realizate de producători agricoli din comuna Provița de Jos.

Obiective specifice:

1. Crearea de capacitate în cadrul parteneriatului pentru comercializarea și promovarea produselor locale din Provița de Jos, respectând definirea piețelor locale exclusiv prin lanțuri scurte.
2. Crearea și dezvoltarea pieței locale prin amenajarea cu dotări și echipamente a unui spațiu destinat comercializării produselor locale de către partenerii producători locali.
3. Creșterea cererii de produse locale din Comuna Provița de Jos prin promovare.

1. Analiza de piață/Contextul actual

Agricultura este principala activitate economică din teritoriu, dar productivitatea sa este redusă din cauza condițiilor existente: cele mai multe ferme sunt mici și foarte mici, terenurile exploatațiilor agricole sunt fărâmițate iar dotările cu echipamente și utilaje sunt insuficiente. Mulți fermieri au sistemele de producție bazate pe o mecanizare învechită, de calitate slabă și clădiri/facilități inadecvate. Deasemenea, procesarea produselor agricole are nevoie de investiții pentru crearea de capacități noi, de echipamente și tehnologii modernizate, de fluxuri tehnologice care să permită respectarea noilor standarde comunitare și îmbunătățirea productivității. Principala susținere a dezvoltării activităților agricole este, în mare parte, existența fondurilor europene destinate agriculturii și dezvoltării rurale accesate în perioada de pre-aderare, cât și după 2007, și, deasemenea, politicilor de susținere a fermelor din zona de munte.

În GAL Dealurile Sultanului cooperarea în agricultură este puțin dezvoltată. Asocierea pentru producție, procesare, marketing și comercializare, sau cel puțin pentru una din aceste componente, poate crește șansele de dezvoltare ale producătorilor și poate modifica structura ecosistemului agriculturii teritoriului.

Teritoriul acoperit de Grupul de Acțiune Locală "Dealurile Sultanului" se află situat în zona de nord a Munteniei, în nord-estul județului Dâmbovița și nord-vestul județului Prahova, de-a lungul râurilor Cricovul Dulce, Provița, Prahova și Doftana și cuprinde 13 UAT-uri: Adunați, Filipeștii de Pădure, Iedera, Poiana Câmpina, Provița de Jos, Provița de Sus, Secăria, Talea, Valea Doftanei, Valea Lungă, Vârfuri, Vișinești și orașul Comarnic.

GAL-ul are o suprafață de 756,12 km², 54.601 locuitori și o densitate de 72,21 loc/km².

Provița de Jos, județul Prahova, este o localitate componentă a GAL Dealurile Sultanului, unde există fermieri care se ocupă cu zootehnia sau apicultura, dar și cu pomicultura și legumicultura. Rezultatul muncii lor sunt numeroase produse foarte căutate de consumatori: brânză, cașcavea, lapte, ouă, carne, miere, urdă, burduf, legume, fructe. Comercializarea acestor produse nu este organizată în vreun fel, fiecare fermier vânzând direct clienților săi.

Prin parteneriatul ce se urmărește a fi format din **Asociația Grupul de Acțiune Locală Dealurile Sultanului, Comuna Provița de Jos și 5 fermieri** din localitate, se pune baza unei cooperări pentru comercializarea în comun a produselor proprii într-un spațiu de pe domeniul privat al comunei Provița de Jos. Practic, vom înființa, sub forma unei piețe de weekend, o piață locală prin lanțuri scurte de aprovizionare și, deasemenea, vom desfășura și activități de promovare a acestui lucru.

Piața locală (piață în sensul de "spațiu de comercializare" nu ca infrastructură) va fi amplasată în zona centrală a comunei Provița de Jos și va avea o durată limitată în timpul zilelor de weekend. La amplasarea pieței de weekend cu producătorii locali se va ține seama și de următoarele principii:

- încadrarea, inclusiv din punct de vedere constructiv și de protejare a mediului,
- accesul facil al consumatorilor și utilizatorilor în piață;
- asigurarea de legături cu arterele principale de acces;
- rezervarea unui spațiu suficient pentru desfășurarea activității;
- existența locurilor de parcare atât pentru autovehiculele destinate utilizatorilor pieței pentru a putea permite aprovizionarea la punctele de vânzare, cât și pentru consumatori, semnalizate corespunzător;

În cadrul acordului de cooperare s-au înscris fermieri ce dețin minim atestat de producător din comuna Provița de Jos.

Producătorii locali cu atestat de producător sau autorizați ce fac parte din acordul de cooperare sunt:

- **Ghinea Ion**, cu domiciliul în comuna Provița de Jos, sat Drăgăneasa, nr. 395, deținător al atestatului de producător, seria PH, nr. 0160957 din data de 07.09.2023, pentru următoarele produse agricole: brânză, carne, lână.
- **Andrieu Ioan**, cu domiciliul în comuna Provița de Jos, sat Drăgăneasa, nr. 179B, deținător al atestatului de producător, seria PH, nr. 0160967 din data de 20.03.2023, pentru următoarele produse agricole: cașcavea, lapte
- **Motoroiu Constantin**, cu domiciliul în comuna Provița de Jos, sat Provița de Jos, nr. 32, deținător al atestatului de producător, seria PH, nr. 0160951 din data de 06.09.2023, pentru următoarele produse agricole: urdă, pastramă, miei, brânză.
- **Manta Gheorghe**, cu domiciliul în comuna Provița de Jos, sat Provița de Jos, nr. 42, deținător al atestatului de producător, seria PH, nr. 0160955 2 din data de 07.09.2023, pentru următoarele produse agricole: lapte, ouă, roșii, ardei.

- **Uşurelu Cătălin Ioan**, cu domiciliul în comuna Provița de Jos, sat Provița de Jos, nr. 493, deținător al atestatului de producător, seria PH, nr. 0160954 2 din data de 15.03.2023, pentru următoarele produse agricole: miere, ceară, polen, propolis.

1.1 Clienții actuali și/sau potențiali.

În această secțiune descrieți cine sunt clienții dvs. actuali și care sunt nevoile acestora. Descrieți toți potențialii clienți și încercați să îi încadrați pe tipuri de clienți și tipuri de nevoi ale acestora. Descrieți de asemenea cine nu intră în categoria actuală de clienți ai dvs. dar care ar putea beneficia de produsele dvs.

Clienții actuali ai producătorilor locali din comuna Provița de Jos sunt persoane fizice (consumatorii finali). Membrii parteneriatului își distribuie produsele constant către clienți informal sau ocazional în piețe. Ca locație grupul de consumatori finali se află în mediul rural și urban din comuna Provița de Jos, și din localități învecinate, respectiv comunele Provița de Sus, Adunați, Poiana Câmpina și orașele Breaza, Câmpina și Ploiești.

Principala dorință a producătorilor locali este descărcarea efortului de identificare a clientelei, pentru a se putea concentra pe producție, și de asemenea, desfacerea să fie cât mai aproape de fermele lor, pentru a putea practica un preț competitiv și pentru a avea o proporție cât mai mare din profit (ceea ce va duce la sustenabilitatea întreprinderii și a economiei locale, în cele din urmă).

Clienții persoane fizice sunt persoane care locuiesc în mediul rural dar și urban, au un venit mediu și preferă produsele naturale sau procesate cât mai natural, de calitate ridicată. Aceste condiții pot fi îndeplinite cât mai ușor la nivel local și distribuite în sezon (pentru a evita utilizarea conservanților). Pentru aceștia, prețul nu este caracteristica definitorie pentru achiziționarea unui produs (chiar dacă este importantă), ci calitatea și prospețimea (2 elemente specifice pieței locale). Astfel, proiectul va urmări promovarea acestor caracteristici, pentru a face produsele mai atractive în rândul clienților, încurajând achiziționarea cât mai frecventă a produselor de către aceștia.

Clienții potențiali fac parte din aceeași categorie, dar care în prezent nu achiziționează produsele locale din lipsă de informare, inaccesibilitate spre locurile de desfacere sau indisponibilitate de stoc. Odată cu implementarea proiectului, produsele locale vor fi popularizate prin piața locală, transformând acești potențiali clienți în clienți actuali.

1.2 Concurenții actuali și/sau potențiali.

Descrieți cine sunt concurenții dvs. și de ce clienții dvs. actuali sau clienții potențiali (așa cum au fost identificați la pct. 1.1.) ar alege produsul concurenților și nu al dvs.

Principalii concurenți sunt marii comercianți de produse alimentare din mediul urban, supermarketurile și hypermarketurile Lidl, Profi, Penny, Kaufland, Carrefour sau Auchan, alte supermarketuri sau magazine alimentare locale, care practică politici de preț și cantități de stocuri imposibil de realizat de producătorii locali. Însă prin activitățile de promovare din cadrul proiectului se intenționează distanțarea față de acești concurenți: strategia de promovare va fi orientată spre relevarea caracteristicilor pe care produsele locale din comuna Provița de Jos le au, caracteristici care nu se reîntâlnesc la produsele din ofertele hypermarket-urilor - prospețime, calitate, rețete tradiționale, trasabilitate, contribuție la economia locală. Astfel, consumatorilor li se va evidenția delimitarea dintre alimentele concurenței și cele ale parteneriatului, nemaiputând vorbi de concurenți direcți.

Deci, în concluzie, nu se poate vorbi neapărat de concurenți direcți pentru produsele promovate în proiect, și dacă există o astfel de concurență, prin activitățile proiectului se va realiza o separare de aceștia.

1.3 Alte activități de marketing în care poate fi implicat parteneriatul.

Activități de marketing în care poate fi implicat parteneriatul (spre exemplu evenimente locale, acțiuni comune cu alte entități care nu fac parte din parteneriat, participare la acțiuni de promovare inițiate de alte entități, etc.)?

Parteneriatul va încerca o promovare cât mai extinsă a produselor sale, asigurându-se de prezența acestora pe piață. Astfel, se vor identifica toate oportunitățile locale de promovare și se va analiza cea mai bună metodă de a profita de acele oportunități.

Aceste activități includ :

- eveniment de deschidere a pieței locale
- comercializarea și promovarea produselor locale săptămânal, în weekend;
- degustări ale produselor locale comercializate;
- materiale de promovare: totem, banner, people stopper-uri, flyere, sistem afișaj produse, plase din hârtie reciclată personalizate;
- promovare online: pagini de facebook și instagram.

Echipa administrativă a parteneriatului va identifica toate oportunitățile de desfacere și marketing și va direcționa producătorii către cele mai eficiente activități de marketing identificate.

Distanțele dintre punctul de comercializare (piața locală) și exploatațiile de origine a produselor sunt reduse pentru cătoți fermierii care-și vor comercializa produsele în piața de weekend sunt din Comuna Provița de Jos, ceea ce înseamnă că respectă noțiunea de "piața locală" definită ca o rază de comercializare care nu depășește 75 km de la exploatarea de origine a produsului.

2. Analiza SWOT

Se va efectua o analiză SWOT detaliată și personalizată.

2.1 Puncte tari ale parteneriatului și produsului/produselor.

Descrierea punctelor tari ale parteneriatului și compararea produsului propriu cu cel al competitorilor.

Un punct forte al parteneriatului este dat de membrii producători din cadrul său:

Ghinea Ion (fermierul nr. 1) din comuna Provița de Jos, unul dintre membrii parteneriatului, producător de brânză, carne, lână, care va comercializa aceste produse în cadrul parteneriatului.

Andreiu Ioan (fermierul nr. 2) din comuna Provița de Jos, unul dintre membrii parteneriatului, producător de lapte și cașcavea, care va comercializa aceste produse în cadrul parteneriatului.

Motoroiu Constantin (fermierul nr. 3) din comuna Provița de Jos, unul dintre membrii parteneriatului, producător de pastramă, brânză, urdă și miei care va comercializa aceste produse în cadrul parteneriatului.

Manta Gheorghe (fermierul nr. 4) din comuna Provița de Jos, unul dintre membrii parteneriatului, producător de lapte, ouă, roșii și ardei, care va comercializa aceste produse în cadrul parteneriatului.

Ușurelu Cătălin Ioan (fermierul nr. 5) din comuna Provița de Jos, unul dintre membrii

parteneriatului, producător miere, ceară, polen și propolis, care va comercializa aceste produse în cadrul parteneriatului.

Un alt punct forte al parteneriatului este dat de caracterul local al acestuia, fapt care asigură **prospețimea produselor** (important mai ales în ceea ce privește produsele promovate). De asemenea, **popularitatea zonei** în care activează parteneriatul, respectiv zona montană a județului Prahova (Valea Prahovei), contribuie la renumele produselor locale.

Un alt punct forte al parteneriatului este dat de liderul acestuia, **Grupul de Acțiune Locală Dealurile Sultanului**, care datorită membrilor pe care îi are în componență asigură popularitate parteneriatului, în cadrul teritoriului, contribuind la potențiala lărgire a acestuia. De asemenea, Gal Dealurile Sultanului poate acționa ca un hub pe baza căruia piața locală realizată să se extindă, alcătuind mai multe lanțuri scurte, în funcție și de investițiile care se realizează în teritoriu.

Angajații proiectului sunt un alt punct forte al parteneriatului. **Coordonatorul de proiect** va reprezenta parteneriatul în relația contractuală cu AFIR și va asigura buna implementare a proiectului, se va ocupa de aspectele administrative, de întocmirea și păstrarea documentelor parteneriatului, de menținerea contactului între membrii acestuia, iar **administratorul pieței locale** va asigura organizarea, în spațiul pus la dispoziție de primărie, a comercializării și promovării produselor partenerilor fermieri în fiecare weekend, a respectării regulilor de comercializare și se va îngriji de existența unor stocuri suficiente în fiecare zi de piață, deci, în consecință, se va asigura de buna funcționare a pieței locale.

Nu în ultimul rând, un punct forte este și **stabilirea pieței locale** într-o locație pusă la dispoziție de către U.A.T. Provița de Jos prin Consiliul Local. În acest fel se va realiza desfacerea direct către consumatorul final, fără intermediari. Locația asigură o desfacere mai bună (un flux de clienți constant), un preț mai avantajos (eficientizând aspecte precum depozitarea, transportul, etc.) și creșterea productivității (producătorii locali din comuna Provița de Jos nemaifiind preocupați atât de mult de partea de vânzare și se pot concentra mai bine pe partea de producție).

2.2 Puncte slabe ale parteneriatului și ale produsului/produselor.

Descrieți care sunt punctele slabe ale dvs și comparați produsul dvs. cu cel al competitorilor.

Lipsa diversității produselor, comparativ cu oferta foarte variată a supermarketurilor, lanțurile scurte alimentare au doar produse agroalimentare. Acest punct slab poate fi pozitivat prin proximitate și acțiuni de marketing pentru susținerea consumului de produse locale și a economiei locale.

Un alt punct slab este indisponibilitatea constantă de produse – întregul concept de piață locală este bazat pe produse proaspete, astfel încât este imposibilă menținerea unui stoc constant în toate sezoanele. Însă campania de promovare va pune accent și pe creșterea gradului de informare a consumatorilor cu privire la caracteristicile produselor locale (prospețime, care însă este sezonieră, preț atractiv în timpul sezonului și mai ridicat la începutul sau la sfârșitul sezonului, etc). datorită creșterii gradului de informare, clienții vor înțelege că prezența sezonieră a unui produs este mai degrabă un avantaj (dovadă a prospețimii sale, a faptului că este produs natural și tradițional, din ingredient proaspete) decât un neajuns.

2.3 Oportunități existente.

Care din punctele tari ale parteneriatului și produsului/produselor care sunt cel mai puțin puse în valoare în prezent? Ce tendințe există pe piață în acest moment, există nișe de piață care pot fi acoperite de produsul/produsele dvs.?

Pe teritoriul GAL Dealurile Sultanului, și nici în comuna Provița de Jos, nu există lanțuri scurte alimentare dezvoltate de producători locali sau parteneriate între producători locali și alți actori locali din teritoriu. Mai mult, produsele disponibile la partenerii din proiect nu sunt deloc promovate sau sunt foarte puțin vizibile.

Astfel, ca urmare a posibilității accesării de fonduri europene prin GAL "Dealurile Sultanului", Măsura M7/3A – "Sprijin pentru înființarea și dezvoltarea de structuri asociative" partenerii fermieri vor avea un spațiu de promovare și comercializare a produselor proprii (o piață locală) unde vor putea comercializa produsele direct către consumatorii finali deschiși față de conceptul "stil de viață sănătos", prin interesul manifestat cu o intensitate tot mai ridicată pentru produsele montane, autohtone și proaspete.

Odată cu implementarea proiectului, producătorii se pot concentra pe dezvoltarea afacerii lor, fie prin extinderea capacității de producție, fie prin adăugarea de plus-valoare produselor prin procesare/ambalare. În cazul unor produse specifice zonei precum laptele, producătorii pot să-și dea valoare adăugată prin producția de lactate sau brânzeturi, lucru pe care nu și-l permit în prezent din cauza lipsei de resurse financiare sau timp disponibil. În cazul în care vânzarea produselor le este asigurată, ei se pot concentra pe astfel de aspecte ale afacerii lor.

2.4 Obstacole identificate cu privire la promovarea produsului/produselor.

Descrieți obstacolele care vă pot împiedica sau stopa în implementarea proiectului dvs. Sunt de natură financiară sau de altă natură (de timp, etc.?) Sunt aceste obstacole de natură internă sau externă?

Sezonalitatea producției atât pe sectorul zootehnic cât și vegetal și apicol. Se va transforma în argument pentru educare și marketing – produs sezonier; reorientarea produselor pe variantele greu perisabile, conservate și congelate, etc.

Retragerea unor fermieri din parteneriat. Se vor înlocui cu alții.

Fluctuațiile climatice, apariția unor fenomene meteo extreme.

Infiltrarea unor intermediari în lanțurile scurte alimentare create – se va monitoriza atent proveniența produselor de către echipa de proiect.

Un alt obstacol în implementarea proiectului ține de prezentarea produselor parteneriatului, îndeosebi de ambalaje, chiar dacă există posibilitatea dezvoltării de ambalaje și etichetare, cota de cofinanțare îi descurajează pe producători să investească în aceste aspect. Însă odată cu implementarea proiectului, membrii parteneriatului vor conștientiza potențialul pe care propriile produse îl au pe piața locală și vor fi convinși să investească în componente care să aducă valoare adăugată produselor lor, cum ar fi ambalarea.

3 Obiective.

Dezvoltați obiectivele prezentate în introducere. Care sunt obiectivele dvs? Va rugăm să le descrieți cât mai specific și măsurabil posibil. Nu vă stabiliți obiective nerealiste. Pentru fiecare obiectiv prezentați un termen limită până la care să fie îndeplinit.

Obiectivul specific 1: Crearea de capacitate în cadrul parteneriatului pentru comercializarea și promovarea produselor locale din Provița de Jos, respectând definirea piețelor locale exclusiv prin lanțuri scurte.

Vor fi asigurate resursele necesare pentru comercializarea produselor locale, direct de către

producători. Astfel, liderul de proiect va angaja persoane care să coordoneze activitățile implicate de implementarea proiectului, dar și care să gestioneze parteneriatul. De asemenea, partenerilor producători li se va pune la dispoziție, pe perioada implementării proiectului, un spațiu de comercializare, amplasat în comuna Provița de Jos. Astfel, aceștia vor putea să-și plaseze direct produsele, adresându-se totodată unei palete de clienți vaste. De asemenea, activitățile de marketing și promovare vor ajuta la creșterea vizibilității producătorilor și a produselor locale oferite de către aceștia și vor genera totodată beneficii conexe.

În perioada de implementare, activitățile specifice de management de proiect (întocmire DCP-uri, raportări, etc) vor fi asigurate de liderul de proiect prin coordonatorul de proiect. Pentru implementarea proiectului și asigurarea funcționării cooperării, se vor asigura, de către liderul de proiect, următoarele resurse umane:

a) Coordonator proiect

Costurile pentru coordonatorul de proiect sunt bugetate la **cap.3.3**, astfel:

14 luni x 2.224lei/lună (salariul complet, calculat cu toate contribuțiile incluse, pentru un salariu net de 1.142 Lei/lună) = 31.136lei/...euro, normă 20h/lună.

b) Administrator piață:

Costurile pentru administrator piață au fost bugetate la **cap. 3.3**, astfel:

12 luni x 4.331lei/lună (salariul complet, calculat cu toate contribuțiile incluse, pentru un salariu net de 2.500 Lei/lună) = 60.634lei/.....euro, normă 72 h/lună

curs 1 euro =, curs BCE la data de09.2023

Responsabilul pentru costurile aferente cheltuielilor salariale ale coordonatorului de proiect și administratorului pieței va fi Partenerul 1 - Asociația GAL Dealurile Sultanului – Lider de proiect

Termen de realizare: lunile 1 - 14 de implementare

Costurile pentru implementarea proiectului au fost bugetate la **cap. 2.3**, astfel:

Cheltuieli necesare desfășurării cooperării:

- ✓ Cartușe toner pentru multifuncționalul OKI MC 883:
 - cartuș toner original negru 15.000 pag, 2 buc x 600lei/buc =1.200lei;
 - cartuș toner original yellow 7.300 pag, 1 buc x 700 lei/buc= 700 lei;
 - cartuș toner original magenta 7.300 pag, 1 buc x 700 lei/buc= 700 lei;
 - cartuș toner original cyan 7.300 pag, 1 buc x 700 lei/buc= 700 lei;
- Total cartușe toner: 3.300 lei.
- ✓ Hârtie copiator –10 topuri x 29 lei/top = 290lei;
- ✓ Dosar cu șină plastic,100buc x 1,5 lei/buc = 150 lei;
- ✓ Biblioraft A4 plastificat 50 mm–30 buc x 7 lei/buc = 210 lei.

Total costuri consumabile necesare desfășurării cooperării: **3.950 lei/.... euro**

Responsabil achiziției pentru funcționarea parteneriatului: Partenerul 1 – Asociația GAL Dealurile Sultanului – Lider de proiect

Termen de realizare: lunile 1 - 2 de implementare

Obiectivul specific 2: Crearea și dezvoltarea pieței locale prin amenajarea cu dotări și echipamente a unui spațiu destinat comercializării produselor locale de către partenerii producători locali.

Amenajarea unui spațiu de promovare și comercializare a produselor locale ale producătorilor agricoli de pe raza comunei Provița de Jos, va presupune plasarea și comercializarea directă a produselor partenerilor fermieri într-un spațiu aflat în intravilanul comunei Provița de Jos, pe domeniul privat al comunei pus la dispoziție de autoritățile locale

partenere în proiect.

Consiliul local al comunei Provița de Jos alocă pentru realizarea proiectului terenul din domeniul privat al comunei în suprafață de 386 mp, suprafață ce reiese din extrasul de carte funciară cu nr. cadastral 21644, dar și din planul de amplasament și delimitare a imobilului. Terenul se situează în vecinătatea DJ 100E vizavi de sediul primăriei. În prezent el nu este folosit și oferă posibilitatea de racordare la energie electrică.

Asigurarea electricității se va realiza cu ajutorul Partenerului 2 – Comuna Provița de Jos, prin contorul de pe stâlpul de electricitate care este în proprietatea și administrarea acestuia.

Pentru îndeplinirea obiectivului se vor închiria, pe o perioadă de 12 luni, următoarele dotări/echipamente:

- ✓ 5 ansambluri comerciale complete ce cuprind 5 căsuțe din lemn 3x2m, tip chioșc, prevăzute cu tejghea de lemn, ușă de intrare, spațiu depozitare și podea de lemn. Acestea dispun de panou electric cu contor pasant și siguranță 16A pentru interconectarea la rețeaua electrică/generator. Spațiul este dotat cu lampă pentru iluminat și chiuvetă de inox cu baterie, recipient apă potabilă și bazin de colectare apă uzată. Căsuțele sunt dotate și cu câte o vitrină frigorifică pentru expunere.
- ✓ 1 toaletă ecologică.

Costurile aferente închirierii de dotări au fost bugetate la **cap. 3.2**, astfel:

- ✓ Ansamblu comercial complet 5 buc x 1.420 lei/lună = 7.100 lei/lună x 12 luni = 85.200 lei, fără TVA
- ✓ Toaletă ecologică: 1 buc x 400 lei/lună x 12 luni = 4.800 lei, fără TVA

Total costuri închiriere dotări spațiu comercializare produse locale: **90.000 lei fără TVA/107.100 lei cu TVA/..... euro, cu TVA.**

Responsabil achiziții obiectiv specific 2: Partener 2 – Comuna Provița de Jos

Termen de realizare: lunile 1 - 14 de implementare

Obiectivul specific 3: Creșterea cererii de produse locale din Comuna Provița de Jos prin promovare.

Acest obiectiv va fi îndeplinit prin realizarea componentei de promovare (realizarea și administrarea componentei online, organizarea evenimentelor de promovare și distribuirea de pliante/broșuri în localitatea Provița de Jos). Astfel vor fi organizate următoarele activități:

- ✓ promovarea online (facebook, whatsapp) a organizării săptămânale a comercializării produselor locale din Provița de Jos, fără costuri;
- ✓ crearea unei pagini pe rețeaua de socializare Facebook (cu activitate minim săptămânală), fără costuri;
- ✓ organizarea unui eveniment de promovare cu ocazia deschiderii pieței locale, realizat de parteneriat fără costuri;
- ✓ organizarea, de cel puțin 2 ori pe lună, a unor degustări cu produsele locale supuse comercializării, fără costuri;
- ✓ realizarea și diseminarea materialelor de promovare: banner, people stopper-uri, flyere, plase din hârtie reciclată, etc. Realizarea materialelor de promovare va fi externalizată. Costuri, conform ofertei, 19.400 lei/.... euro.
- ✓ Promovarea prin anunțuri în presa online locală, 1 anunț x 12 luni, 12 buc x 150 lei/buc = 1.800 lei/..... euro.

Toate materialele publicitare vor face referire doar la lanțul scurt, piața locală și la o categorie de produse (produse de la noi din Provița de Jos, produse montane), nu la produse specifice.

Promovarea este o componentă secundară a acestui proiect prin care se propune înființarea și dezvoltarea piețelor locale exclusiv prin lanțuri scurte.

Responsabili: liderul de proiect și partenerul 1

Termen de realizare: lunile 1 - 14 de implementare

4 Strategie și planul de acțiune (având în vedere obiectivele, analiza de piață și analiza SWOT)

4.1 Consumatorii țintă.

Alegeți unele din categoriile de consumatori identificate în secțiunea 1.1, atât consumatori potențiali cât și consumatori actuali cărora doriți să le promovați produsul. Realizați o descriere cât mai detaliată a acestora, inclusiv distanța de la punctul de producție și cel de vânzare și cum se realizează vânzarea (prin intermediari, direct, piață locală etc.). Acest lucru vă va permite să identificați cele mai bune metode pentru a vă conecta cu consumatorii țintă.

Consumatorii țintă ai proiectului sunt persoane care locuiesc în localitatea Provița de Jos dar și din localitățile limitrofe.

Pe de o parte sunt consumatorii din comuna Provița de Jos, care nu au putere de cumpărare foarte mare (iar prețul este un factor foarte important în decizia de cumpărare), dar a căror opțiuni sunt limitate, în localitate nefiind mulți comercianți (și nici un hypermarket).

Pe de altă parte sunt consumatorii de weekend din Provița de Jos, "bucureștenii" care la sfârșit de săptămână vin să petreacă weekend-ul aici, aceștia având o putere de cumpărare mult mai mare, prețul nefiind principala caracteristică în decizia achiziționării alimentelor. Acești consumatori sunt atenți la produsele pe care le consumă și își doresc alimente cât mai puțin procesate, cu calitate nutritivă superioară, fără aditivi, coloranți sau conservanți alimentari (sau cu cât mai puțin posibil). Sunt familii tinere, care sunt atente la produsele cu care își hrănesc copiii și sunt dispuse să treacă peste confortul unui supermarket pentru a putea achiziționa produse pe care le consideră sănătoase.

Pe lângă aceștia, cu aceeași putere de cumpărare mare, mai sunt consumatorii din localitățile limitrofe, cum ar fi comuna Poiana Câmpina, orașul Câmpina, dar și orașul Ploiești. Acești consumatori se află la o distanță de maxim 40 km de piața locală, unde se vor comercializa produsele.

Menționăm că distanțele dintre punctele de origine ale produselor și locul unde se vor comercializa acestea, formând lanțul scurt, sunt sub 10 km, toți fermierii din parteneriat fiind din Provița de Jos.

4.2 Produse oferite consumatorilor țintă.

Descrieți produsele pe care le puteți oferi publicului țintă pentru a vă atinge obiectivele. Precizați fiecare categorie de produse pe care o puteți oferi publicului țintă, cantitatea de produse estimată și perioadele în care puteți furniza produsele respective.

Produsele oferite consumatorilor țintă sunt produse locale alimentare.

Membrii parteneriatului, respectiv Ghinea Ion, Andrei Ioan, Motoroiu Constantin, Manta Gheorghe și Ușurelu Cătălin Ioan, toți din comuna Provița de Jos, oferă produse precum:

- brânză
- lapte

- lână
- cașcavea
- urdă
- pastramă
- ouă
- miere
- ceară
- legume.

Prin activitățile proiectului dorim să arătăm că se pot obține multe alimente de care este nevoie în gospodărie direct de la surse locale, provenite dintr-o zonă cu grad scăzut de poluare. Mai mult, prin achiziționarea acestora, se aduce o contribuție substanțială la susținerea economiei locale și la promovarea unor producători de alimente sănătoase. Organizarea producătorilor astfel încât toți clienții să poată achiziționa regulat, pe tot cuprinsul unui an calendaristic și conform nevoilor lor produsele, va solidifica piața locală, iar campania de promovare va asigura faptul că potențialii clienți vor fi informați cu privire la accesibilitatea produselor.

4.3 Motivarea publicul țintă pentru a consuma produsele obținute.

Veți avea nevoie să oferiți consumatorilor țintă stimulente pentru a vă accepta produsele sau simpla promovare a acestora va fi suficientă?

Avantajele oferite de produsele proprii în raport cu alte produse existente pe piață. Se va pune accent pe calitate, aspecte de nutriție, preț, prospețime, valabilitate, etc.

După cum am enunțat și în capitolele anterioare ale planului, potențialii clienți cărora ne adresăm sunt consumatori care caută produse de genul produselor comercializate în cadrul parteneriatului, astfel încât principala promovare constă în diseminarea accesibilității acestor produse. Se va insista de asemenea și pe aspectele care le dau superioritate față de celelalte produse de pe piață, și anume prospețimea (datorită distanței mici dintre punctul de producție și piața locală nou înființată), calitatea (datorită zonei de producție – zonă montană, cu grad redus de poluare și datorită trasabilității produsului către un producător identificabil, care nu practică agricultură în sistem intensiv) și a valorii nutritive (datorită ingredientelor naturale și a rețetelor tradiționale utilizate, care nu includ agenți de îngroșare, aditivi alimentari, coloranți, conservanți, etc.)

Celelalte produse de pe piață, chiar dacă au prețul ca avantaj de partea lor (deși acest lucru nu este valabil pentru toate produsele), îndeplinesc greu celelalte standarde. De asemenea în promovarea produselor se va ține cont și de latura tradițională a lor, mizându-se pe nostalgia consumatorilor în ceea ce privește produsele "de la țară". Consumatorii sunt din ce în ce mai nemulțumiți de produsele din marile magazine (în special când vine vorba de legume și fructe, dar și de lactate sau produse din carne/mezeluri) și doresc alimente care să se asemele la gust cu cele consumate din gospodăria bunicilor. Produsele promovate în cadrul parteneriatului îndeplinesc acest criteriu, și acesta este un aspect de care se va ține cont în promovarea lor.

4.4 Promovarea produselor.

În această secțiune descrieți care sunt canalele prin care veți promova produsul dvs pentru a atinge consumatorii țintă? Este vorba de ziare locale, radio sau tv locale, etc.?

Pentru că un proiect poate conține acțiuni de promovare ca o componentă secundară dar cu o pondere importantă (mai puțin de 50% din valoarea totală eligibilă a proiectului) se vor prezenta acțiunile ce urmează a fi întreprinse, modul și graficul de implementare, detalierea valorică pe fiecare canal de promovare, detalierea operațiunilor pentru fiecare canal de promovare cu valoarea defalcată a acestora și rezultatele estimate.

Se vor prezenta toate informațiile necesare și se vor detalia acțiunile ce vor conduce la:

1. Înființarea și dezvoltarea piețelor locale exclusiv prin lanțuri scurte și dacă este cazul activități de promovare.

Așa cum am enunțat și anterior, promovarea produselor se va realiza utilizând 2 principii: **diseminarea accesibilității produselor către clienți și potențiali clienți și capitalizarea proprietăților superioare ale acestor produse față de alternativele de pe piață.**

Ambele componente ale promovării vor fi cuprinse într-o strategie de promovare care va utiliza mai multe canale de comunicare (internet și materiale publicitare). Pe aceste canale se vor promova beneficiile și avantajele pe care produsele locale din comuna Provița de Jos le au față de celelalte produse de pe piață și de asemenea locația spațiului de comercializare și intervalul de timp unde ele pot fi achiziționate.

Evenimente de promovare:

1. *Un eveniment de promovare cu ocazia deschiderii spațiului de comercializare produse locale.* Se va desfășura la locul de comercializare a produselor locale, va fi prezentat proiectul și beneficiile sale pentru comunitatea locală din Provița de Jos. Se vor oferi materiale de promovare: 100 flyere. Vor fi amplasate 5 people-stopper-uri de promovare a conceptului de piață locală cu lanț scurt și a fermierului-producător, un banner și un totem publicitar. Va avea loc degustarea produselor locale.
2. *Promovare permanentă*, de fiecare dată când spațiul de comercializare este deschis, adică în fiecare weekend, va avea loc interacțiune 1 la 1 cu consumatorii, iar producătorii își pot promova direct produsele.
3. Vor fi organizate, *degustări ale produselor comercializate*. Vor fi înmânate și materiale de promovare – flyere.
Evenimentele de promovare vor fi organizate și susținute de echipa de proiect și membrii parteneriatului, fără costuri suplimentare.

Canale de promovare:

1. Pagină pe rețeaua de socializare Facebook, fără costuri.
2. Anunțuri în presa online locală (1 anunț lunar timp de 12 luni).
3. Prezentarea proiectului pe website-urile Asociației "Grupul de Acțiune Locală Dealurile Sultanului" și Primăriei Comunei Provița de Jos. Fără cheltuieli suplimentare.

Materiale promoționale:

Pentru susținerea evenimentelor de promovare se vor realiza:

1. *Flyere* – 100/lună timp de 9 luni plus 100 la evenimentul de deschidere: 1.000 buc.
2. *3 bannere*: unul amplasat la locul spațiului de comercializare și 2 în alte locuri din localitate.
3. *1 totem publicitar* la intrarea în spațiul de promovare și comercializare a produselor locale.
4. *5 people stopper* de promovare a conceptului și a fermierilor producători.
5. *Plase publicitare din hârtie reciclată*: 1.200 buc.
6. *Plăcuță informativă proiect*.
7. *Sistem afișaj produse*.

Realizarea conținutului și tipărirea materialelor de promovare va fi externalizată.

Cheltuieli cu materialele promoționale:

1. *Flyere* – 100 buc/lună timp de 9 luni plus 100 la evenimentul de deschidere: 1.000 buc.
2. *3 bannere*: unul amplasat la locul de comercializare și promovare a produselor locale și 2 în alte locații din Provița de Jos.
3. *1 totem publicitar* la intrarea în spațiul de comercializare.
4. *5 people stopper* de promovare a conceptului și a fermierilor producători.
5. *Plase publicitare* din hârtie reciclată: 1.200 buc
6. *Plăcuță informativă proiect*.
7. *Sistem afișaj produse*.

Realizarea conținutului și tipărirea materialelor de promovare va fi externalizată.

Cheltuieli cu materiale promoționale:

Flyere, format 1/3 A4, policromie față-verso, 1.000 buc x 1 leu = 1.000 lei

Banner stradal, 3mx1m, print față verso, 3 buc x 280 lei = 840 lei

Totem publicitar, rustic, realizat din lemn și personalizat prin gravare/sculptare, dimensiuni suport 2x1m, înălțime 2,5 m, 1 buc x 4.200 = 4.200 lei

People stopper, dublu față, cu ramă click, prevăzut cu greutate pe bază de apă, roți pentru transport și ramă click, personalizate, 5 buc x 1.200 lei = 6.000 lei

Plase publicitare, din hârtie reciclată, greutate suportată 3 kg, personalizate, 2.400 buc x 2,9 lei = 6.960 lei

Plăcuță informativă, 50x70 cm, personalizare inclusă, 1 buc x 250 lei = 250 lei

Sistem afișaj produse, suport afișaj preț/caracteristici din pvc pentru prezentarea produselor, 100 buc x 1,5 lei = 150 lei

Anunțuri în presa online locală: 12 buc x 150 lei/buc = 1.800 lei

Această activitate este una continuă, începând cu luna 1 de implementare cu demararea procedurilor de achiziții pentru materialele de promovare și continuând până în ultima lună de implementare cu diseminarea pe tot parcursul perioadei a materialelor realizate.

Promovarea prin social media și pe site-urile GAL Dealurile Sultanului și ale Primăriei Provița de Jos va fi de 0 lei/euro.

Total cheltuieli de promovare: 21.200 lei / euro.

Materialele tipărite vor fi diseminate cu ocazia evenimentelor din proiect care facilitează interacțiunea directă cu consumatorii.

4.5 Plan de acțiune.

Utilizați tabelul de mai jos pentru a sumariza strategia dvs., inclusiv bugetul estimativ al proiectului (cu TVA), pe categorii mari de cheltuieli.

-lei, cu TVA				
Perioadă	Activitate	Consumatori țintă*	Obiective(e)	Costuri estimate
Luna 1 - 14	Costuri funcționare – angajare personal (coordonator proiect /administrator piață	Nu este cazul	Obiectivul general 1 Obiectivul specific 2 Obiectivul specific 3	91.770
Luna 1 - 2	Achiziție consumabile funcționare parteneriat și implementare proiect– cartușe toner, hârtie A4 copiator, dosare șină	Nu este cazul	Obiectivul general 1 Obiectivul specific 2 Obiectivul	3.950

	plastic, bibliorafturi		specific 3	
Luna3 - 14	Închiriere dotări/echipamente (căsuțe comerciale, toaletă ecologică; vitrine frigorifice)	Clienți actuali și potențiali	Obiectivul general 2	107.100
Luna 1 - 14	Achiziție materiale de promovare (flyere, banner, totem publicitar, people stopper-uri, plase publicitare, plăcuță informativă, sistem de afișaj)	Clienți actuali și potențiali	Obiectivul general 3	19.400
Luna 1 - 14	Promovare online (facebook), anunțuri în presa online, prezentarea proiectului pe website-urile GAL-ului și comunei Provița de Jos	Clienți actuali și potențiali	Obiectivul general 3	1.800
Luna 3 – 14	Organizare evenimente de promovare: -eveniment de deschidere a spațiului de promovare și comercializare a produselor locale; -promovare permanentă, în timpul cât piața este deschisă, prin interacțiune 1 la 1 cu consumatorii -degustări ale produselor comercializate.	Clienți actuali și potențiali	Obiectivul specific 1 Obiectivul specific 2 Obiectivul specific 3	0

*dacă este cazul

5. Detalierea cheltuielilor.

5.1 Se vor detalia toate cheltuielile prevăzute în cadrul Cererii de Finanțare, exceptând cele prevăzute la punctele 4.4, 5.2 și 5.3, care se vor detalia în secțiunile respective.

-lei, cu TVA

Operațiune/activitate	Descriere Operațiune/activitate, inclusiv scopul ei, justificare și durata	Costuri estimate
Costuri cu elaborarea studiilor și planurilor de marketing asociate proiectului, inclusiv analize de piață, conceptul de marketing	S-au efectuat înainte de depunerea proiectului de către Asociația Grupul de Acțiune Locală Dealurile Sultanului, în mod gratuit, prin următoarele activități:	0

	-realizare analiza pieței și studiul de marketing, -realizare planul de marketing; -întocmire dosar cerere de finanțare <i>Total cheltuieli: 0 euro</i>	
Costuri de funcționare a cooperării	Lunile 1-14 Includ cheltuielile necesare desfășurării cooperării prin asigurarea unor consumabile desfășurării activității parteneriatului: <i>Cartușe toner pentru multifuncționalul OKI MC 883:</i> -cartus toner original negru 15.000 pag, 2 buc x 600 lei/buc = 1.200 lei; -cartus toner original yellow 7.300 pag, 1 buc x 700 lei/buc= 700 lei -cartus toner original magenta 7.300 pag, 1 buc x 700 lei/buc= 700 lei -cartus toner original cyan 7.300 pag, 1 buc x 700 lei/buc= 700 lei Total cartușe toner: 3.300 lei. <i>Hârtie copiator – 10 topuri x 29 lei/top = 290 lei</i> <i>Dosare cu șină plastic , 100 buc x 1,5 lei/buc = 150 lei</i> <i>Biblioraft A4 plastificat 50 mm – 30 buc x 7lei/buc = 210 lei</i> <i>Total cheltuieli: 3.950 lei</i>	3.950
Costuri directe ale proiectului	Lunile 1-14 Amenajarea unui spațiu de promovare și comercializare a produselor locale ale producătorilor agricoli de pe raza comunei Provița de Jos, adică înființarea pieței locale exclusiv prin lanțuri scurte în comuna Provița de Jos, va	107.100

	presupune plasarea și comercializarea directă a produselor producătorilor din comuna Provița de Jos, considerată zonă montană, într-un spațiu de pe domeniul privat al comunei pus la dispoziție, gratuit, de primăria comunei Provița de Jos. Acest spațiu va fi amenajat și dotat cu următoarele echipamente și dotări închiriate: ✓ 5 căsuțe comerciale cu următoarele caracteristici: -dimensiuni 3x2 m -material: lemn -fereastră lemn rabatabilă, ușă; -podea. ✓ 1 toaletă ecologică: ✓ 5 vitrine frigorifice, câte una în fiecare căsuță: Costurile aferente închirierii de dotări sunt: ✓ Ansamblu comercial complet 5 buc x 1.420 lei/buc/lună = 7.100 lei/lună x 12 luni = 85.200 lei, fără TVA ✓ Toaletă ecologică: 1 buc x 400 lei/lună = 4.800 lei, fără TVA. Total costuri închiriere dotări spațiu promovare și comercializare: 90.000 lei, fără TVA/ 107.100lei, cu TVA	
--	--	--

5.2 Detalierea cheltuielilor din capitolele bugetului indicativ 3.4/7.2.4

În cazul în care în bugetul indicativ, capitolele 3.4/7.2.4 (Alte cheltuieli ce nu pot fi incluse în categoriile de mai sus) este necesară introducerea unor cheltuieli, vă rugăm să le detaliați și justificați utilizând modelul de mai jos.

Operațiune/activitate	Descriere Operațiune/activitate, inclusiv scopul ei, justificare și durată	Costuri estimate

Nu este cazul	-	-
---------------	---	---

5.3 Externalizarea de activități / servicii / salarii

Se vor detalia și justifica cheltuielile cu onorariile partenerilor, colaboratorilor externi, aferente activităților descrise în proiect și prestări servicii de către aceștia sau alte persoane/entități, inclusiv cheltuielile aferente salariului/onorariului coordonatorului de proiect și al altor persoane implicate.

Servicii externalizate:

Capitolul 2 – Costurile de funcționare ale cooperării

2.3 Cheltuieli legate de închirierea spațiilor de desfășurare a întâlnirilor parteneriatului, închiriere sediu, achiziție echipamente IT și alte dotări necesare desfășurării cooperării

- ✓ Achiziționare consumabile pentru desfășurarea cooperării – 3.950 lei:
 - Cartușe toner pentru multifuncționalul OKI MC 883:
 - cartuș toner original negru 15.000 pag, 2 buc x 600 lei/buc = 1.200 lei, fără TVA;
 - cartuș toner original yellow 7.300 pag, 1 buc x 700 lei/buc = 700 lei, fără TVA;
 - cartuș toner original magenta 7.300 pag, 1 buc x 700 lei/buc = 700 lei, fără TVA;
 - cartuș toner original cyan 7.300 pag, 1 buc x 700 lei/buc = 700 lei, fără TVA;
 - Hârtie copiator – 10 topuri x 29 lei/top = 290 lei, fără TVA;
 - Dosar cu șină plastic, 100 buc x 1,5 lei/buc = 150 lei, fără TVA;
 - Biblioraft A4 plastifiat 50 mm – 30 buc x 7 lei/buc = 210 lei, fără TVA

Capitolul 3 – Costuri directe ale proiectelor specifice corelate cu planul proiectului, inclusiv costuri de promovare

3.1. Cheltuieli de promovare inclusiv pagina web, broșuri pliante, bannere, promovare plătită prin social media și alte rețele de publicitate, radio și televiziune, chirii standuri de prezentare, personalizare echipamente, personalizare auto.

- ✓ Realizare materiale de promovare (elaborare + tipărire) – 19.400 lei
 - Flyere, format 1/3A4, policromie față-verso, 1.000 buc x 1 leu = 1.000 lei
 - Banner stradal, 3mx1m, print față verso, 3 buc x 280 lei = 840 lei
 - Totem publicitar, rustic, realizat din lemn și personalizare prin gravare/sculptare, dimensiuni suport 2mx1m, înălțime 2,5 m, 1 buc x 4.200lei = 4.200 lei
 - People stopper, dublu față, cu ramă click, prevăzut cu greutate pe bază de apă, roți pentru transport și ramă click, personalizate, 5 buc x 1.200 lei = 9.600 lei
 - Plase publicitare, din hârtie reciclată, greutate suportată 3 kg, personalizate, 2.400 buc x 2.9 lei = 6.960 lei
 - Plăcuță informativă, 50x70 cm, personalizare inclusă, 1 buc x 250 lei = 250 lei
 - Sistem afișaj produse, suport afișaj preț/caracteristici, din pvc pentru prezentarea produselor, 100 buc x 15 lei = 150 lei
- ✓ Promovare prin anunțuri în presa online locală – 1.800 lei
 - Anunțuri în presa online locală (12 luni, 1 anunț pe lună): 12 buc x 150 lei/buc = 1.800 lei

3.2. Cheltuieli legate de chirii pentru: echipamente, utilaje, mijloace transport marfă, standuri comercializare, imobile necesare desfășurării activității descrise în proiect (altele decât sediu) etc

- ✓ Închiriere dotări/echipamente pentru amenajarea spațiului de promovare și comercializare a produselor locale – euro, fără TVA/..... euro, TVA inclus/ 90.000 lei, fără TVA
 -Ansamblu comercial complet 5 buc x 1.420 lei/lună = 7.100 lei/lună x 12 luni = 85.200 lei, fără TVA
 -Toaletă ecologică: 1 buc x 400 lei/lună = 400 lei/lună x 12 luni = 4.800 lei, fără TVA

3.3. Cheltuieli cu onorarii ale partenerilor, colaboratorilor externi, aferente activităților descrise în proiect și prestări servicii de către aceștia sau alte persoane/entități, inclusiv cheltuielile aferente salariului/onorariului coordonatorului de proiect

- ✓ Remunerația coordonatorului de proiect, angajat al liderului de proiect – va fi salarizat pe durata implementării (14 luni). Angajarea se va face în luna 1 de implementare a proiectului: 14 luni x 2.224 lei/lună (salariul complet, calculat cu toate contribuțiile incluse) = 31.136 lei/.....euro, normă 20h/lună
- ✓ Remunerație administrator piață (personal auxiliar) – va fi salarizat pe durata funcționării spațiului de promovare și comercializare a produselor locale (12 luni). Angajarea se va face în luna 3 de implementare a proiectului 12 luni x 4.331 lei/lună (salariul complet, calculat cu toate contribuțiile incluse) = 60.634 lei/..... euro, normă 72 h/lună.

Încadrarea cheltuielilor în bugetul indicativ:

Capitol/subcapitol bugetar	Cheltuială	Cost (lei) fără TVA
1.	Studii/planuri	0,00
1.1	Studii de marketing, plan de marketing	0,00
2.	Costurile de funcționare a cooperării	3.950
2.1	Transport și subzistență coordonator și parteneri (diurnă)	0,00
2.2	Onorarii personal	0,00
2.3	Achiziție consumabile necesare desfășurării cooperării	3.950
3.	Costuri directe ale proiectelor specifice corelate cu planul proiectului, inclusiv costuri de promovare	202.970
3.1	Cheltuieli de promovare	21.200
3.2	Cheltuieli legate de chirii	90.000
3.3	Cheltuieli cu onorarii	91.770
3.4	Alte cheltuieli	0,00
Total, fără TVA		206.920

6. Evaluarea planului de marketing.

Evaluarea planului de marketing se va realiza continuu. Responsabil pentru evaluare va fi coordonatorul proiectului. Planificarea evaluării va fi realizată în prima lună de implementare a proiectului.

6.1 Descrieți elementele prin care vă asigurați de succesul planului.

Managementul de proiect va acoperi întreaga perioadă de implementare a proiectului, cu rapoartele de activitate aferente fiecărei cereri de rambursare a plăților

depusă în cadrul proiectului de cooperare, coordonatorul de proiect va monitoriza permanent respectarea planificării și derulării activităților, stadiul îndeplinirii obiectivelor, prezentând periodic situația centralizată a acțiunilor întreprinse pentru sustenabilitate și rezultatele, respectarea termenelor asumate și modul de alocare a resurselor, stabilind măsuri de corectare a unor eventuale decalaje apărute în implementare. Se vor adapta activitățile planificate în raport cu necesitățile identificate.

Pentru asigurarea succesului planului de marketing, se va stabili un set de indicatori de monitorizare a cărei cuantificare și investigare să fie ușor de implementat (date care se culeg fără un efort per mare) cum ar fi:

1. Nr. de săptămâni în care piața locală a funcționat: organizarea spațiului de comercializare a produselor locale se va face în fiecare weekend, vinerea de la 12.00 – 18.00, sâmbăta de la 8.00 – 14.00 și duminica de la 8.00 – 14.00. Numai în cazul în care vremea este total nefavorabilă se acceptă închiderea pieței.
2. Nr. de fermieri care își vând produsele prin intermediul pieței locale: 5. La parteneriat mai pot adera și alți fermieri din Provița de Jos sau din alte localități din GAL Dealurile Sultanului.
3. Nr. aproximativ de participanți la fiecare eveniment.
4. Volumul de vânzări.
5. Nr. de vizualizări/comentarii de pe rețeaua de socializare, în fiecare săptămână.
Acele date se vor analiza constant, încercându-se eficientizarea implementării pe parcurs.
6. Nr. de materiale de promovare distribuite.

6.2 Valoarea adăugată a proiectului

Prin amenajarea unui spațiu de promovare și comercializare a produselor locale ale producătorilor agricoli de pe raza comunei Provița de Jos se creează piața locală exclusiv prin lanțul scurt iar consumatorul economisește timp și resurse pentru a dobândi acces la produse de calitate superioară nutrițional, mai sănătoase. Se reduc gazele cu efect de seră generate de: importuri de produse agro-alimentare, producerea și vânzarea de ambalaje de plastic, costurile de transport ale distribuitorilor și ale cumpărătorilor, consumul de combustibil.

Prin intermediul pieței locale nou create, membrii vor beneficia de informații privind bunele practici agricole, se va impulsiona sprijinul pentru instalarea de tineri fermieri și crearea de locuri de muncă prin dezvoltarea fermelor. Bugetele, local și național, vor încasa impozite aferente creării locurilor de muncă și activităților generatoare de profit.

În prezent producătorii din proiect reușesc să vândă cam 60 % din producția lor, restul de 40% fiind consumat în gospodăria proprie. Dezvoltarea pieței locale nou create exclusiv prin lanțul scurt va permite vânzarea directă a producției existente în totalitate și reinvestirea profitului în producție, sprijinind astfel dezvoltarea fermelor.

6.3 Justificarea valorii sprijinului solicitat

Valoarea sprijinului solicitat este corelată cu complexitatea proiectului, având în vedere faptul că prin proiect se înființează la nivelul GAL Dealurile Sultanului prima piață locală exclusiv prin lanț scurt alimentară, dedicată numai produselor fermierilor locali. Existența unui loc de comercializare a propriilor produse este cel mai mare câștig pe care fermierii producători îl obțin. De asemenea, promovarea pieței și a produselor va avea ca efect scontat creșterea vânzărilor produselor oferite și, apoi, implicit a producției și veniturilor fermierilor producători. De asemenea, consumatorii locali și ocazionali vor avea

un loc de unde să se aprovizioneze cu unele dintre cele mai căutate produse alimentare locale: telemea, burduf, urdă, ouă, miere, carne, pastramă, legume, etc.

Atât costurile salariale prevăzute pentru coordonatorul de proiect pe 14 luni (20 ore/lună, timp inegal) și pentru personalul auxiliar (administratorul pieței, 12 luni, 72 ore/lună, timp inegal) cât și costurile de închiriere a dotărilor pentru amenajarea pieței sunt justificate având în vedere rezultatele preconizate a fi atinse în cele 14 luni de implementare a proiectului.

Întocmit;

Asociația "Grupul de Acțiune Locală Dealurile Sultanului"
Rotaru Fabian,



Septembrie 2023

