**ПРОГРАМА ЗА МОРСКО ДЕЛО, РИБАРСТВО И АКВАКУЛТУРИ 2021-2027 г.**

**КРИТЕРИИ И МЕТОДОЛОГИЯ ЗА ПОДБОР НА ПРОЕКТНИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

**Приоритет 2** Насърчаване на устойчиви дейности в областта на аквакултурите, преработката и предлагането на пазара на продукти от риболов и аквакултури, като по този начин допринася за продоволствената сигурност в Съюза.

**Специфична цел:** 2.2 Насърчаване на предлагането на пазара, качеството и добавената стойност на продуктите от риболов и аквакултури, както и преработването на тези продукти.

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид дейност** | **Предлагане на пазара** |
| Правно основание | Член 26, т. 1 б) от Регламент (ЕС) 2021/1139 |
| Максимален интензитет на БФП | 100% |
| Критерии за подбор | 1. Разработване и прилагане на маркетингови стратегии за стимулиране на продажбата на български продукти от риболов, аквакултура и преработка. – **20 точки** 2. Организиране и/или участие в комуникационни кампании [[1]](#footnote-1) в съответствие с целите на стратегията от „Фермата до трапезата“[[2]](#footnote-2). **– 20 точки** 3. Организиране и/или участие в информационни кампании за опазване на околната среда и на биологичното разнообразие в Черно море, включително и в зоните по Натура 2000. – **20 точки** 4. Организиране и/или участие в национална/международна комуникационна кампания за устойчива аквакултура на ЕС, вкл. чрез използване на социални и онлайн медии и аудио-визуални канали (промотиране на аквакултурите, като алтернатива за опазване на естествените ресурси, застрашени от изчезване). – **20 точки** 5. Промотиране на продажбата на българска продукция от риба и рибни продукти чрез различни комуникационни канали – **20 точки** 6. Стимулиране на продажбата на българска продукция от риба и рибни продукти чрез участие и организация на изложения и разработване и прилагане на маркетингови стратегии – **20 точки** 7. Популяризиране на местни продукти от риболов, аквакултури и преработка с цел нарастване на консумацията в страната – **20 точки**   **Минимален брой точки - 60**  **Максимален брой точки – 140**  Критериите ще се прилагат както за конкретен бенефициент, така и за открита процедура за прием на проектни предложения.  Постигането на минимално количество точки ще гарантира качество на проектното предложение на конкретния бенефициент. |

1. Организирането на комуникационни кампании следва да включва минимум следното: цели, целеви групи, комуникационни канали, визуална идентичност, послание на кампанията, роли и отговорност, бюджет, график, място и начин на провеждане. [↑](#footnote-ref-1)
2. Цели на Стратегия от фермата до трапезата

   • да осигури достатъчни количества питателна храна на достъпни цени в рамките на ограниченията на планетата

   • да намали наполовина употребата на пестициди и торове и продажбата на антимикробни средства

   • да увеличи площите, предназначени за биологично земеделие

   • да насърчава по-устойчиво потребление на храните и здравословни начини на хранене

   • да намали загубата и разхищението на храни

   • да се бори с измамите с храни по веригата за доставки

   • да подобри хуманното отношение към животните [↑](#footnote-ref-2)