



Cofinanțat de
Uniunea Europeană



Program: Programul Regional Nord-Vest 2021-2027

Obiectiv de politică 4: O Europă mai socială și mai favorabilă incluziunii, prin implementarea Pilonului european al drepturilor sociale

Prioritatea 6: O regiune educată

Obiectiv specific 4.6: Creșterea rolului culturii și al turismului durabil în dezvoltarea economică, incluziunea socială și inovarea socială

APEL DE PROIECTE: PRNV/2025/661/1

Anexa III.10

Planul de dezvoltare a infrastructurii sprijinite (conținut-cadru)

1. Situația curentă a obiectivului de investiție

- Prezența regimului juridic al imobilului.
- Prezența gradului de accesibilitate la obiectivul de investiție.
Se vor avea în vedere: tipul de acces, calitatea accesului, costul mediu pe fiecare tip de acces din diverse puncte de pornire etc.
- Dacă este cazul, descrieți situația actuală a taberei care face obiectul investiției (suprafață, compartimentare, dotări etc.), inclusiv cauzele care au dus la situația descrisă:
 - spații de cazare;
 - zone/spații destinate pregătirii și servirii mesei;
 - spații pentru activități cu elevi și preșcolari (săli de conferință/evenimente, spații pentru activități sportive, terenuri de sport, locuri de joacă, alte spații pentru activități cu elevi și preșcolari);
 - alte spații ale taberei.
- Dacă este cazul, prezentați analiza investițiilor efectuate în tabără (reparații capitale, extinderi, modernizări, reabilitări, obiective noi, dotări).
Se va menționa perioada realizării investiției și valoarea acesteia.

1

BH BN CJ MM SJ SM

www.regionordvest.ro | www.nord-vest.ro

Autoritatea de Management pentru Programul Regional Nord-Vest 2021-2027
Strada Donath, nr. 53A, Cluj-Napoca, Cluj, Cod poștal: 400293
Tel: 00-40-264-431550, E-mail: secretariat.am@nord-vest.ro

- Dacă este cazul, prezentați activitățile organizate în cadrul taberei, inclusiv pe cele cu elevii și preșcolarii.
- Dacă este cazul, prezentați în ce măsură tabăra este cunoscută și frecventată, respectiv modalitățile de promovare utilizate.
- Prezentați potențialul turistic al zonei (ex: arii naturale protejate, situri Natura 2000, situri arheologice, stațiuni etc.). Se va menționa și distanța taberei față de obiectivele turistice.

2. Investiția propusă prin proiect

- Prezentați obiectivul/obiectivele proiectului.
- Prezentați investiția care urmează a se realiza prin proiect. Informațiile din planul de dezvoltare a infrastructurii sprijinite se vor corela cu cererea de finanțare și documentația tehnico-economică. Este obligatorie justificarea necesității și oportunității finanțării dotărilor prevăzute în cadrul proiectului.
- Descrieți activitățile propuse a se organiza pentru valorificarea obiectivului vizat de investiție, inclusiv activitățile de tip FSE+, atât în perioada de implementare, cât și în perioada de durabilitate. Întocmiți un plan de activități propuse a se desfășura în infrastructura sprijinită prin proiect, cu menționarea tipurilor de activități planificate¹ și a participanților vizați.
- Descrieți beneficiile aduse elevilor și preșcolarilor, inclusiv a celor care provin din grupuri vulnerabile.
- Justificați valorile asumate în cererea de finanțare ale indicatorilor suplimentari specifici apelului de proiecte: indicele mediu anual de utilizare a capacității de cazare a infrastructurii sprijinite (*procent*), elevii și preșcolarii care vor beneficia de activitatea/ activitățile de tip FSE+ (*număr*), elevii și preșcolarii din grupuri vulnerabile care vor beneficia de activitatea/activitățile de tip FSE+ (*procent*).

De asemenea, prezentați centralizat următoarele informații:

Denumire	Valoare
Numărul mediu de locuri de cazare ocupate în zilele de vacanță școlară și/sau în zilele de weekend din perioada cursurilor (raportate la capacitatea maximă de cazare a infrastructurii sprijinite)	
Numărul de zile de vacanță școlară și/sau zile de weekend din perioada cursurilor în care vor fi ocupate locurile de cazare	
Numărul total al locurilor de cazare disponibile (capacitatea maximă de cazare a infrastructurii sprijinite)	
Numărul total de zile de vacanță școlară și/sau de zile de weekend din perioada cursurilor	
Numărul elevilor și preșcolarilor din grupuri vulnerabile care vor beneficia de activitatea/ activitățile de tip FSE+ desfășurată/desfășurate în cadrul infrastructurii sprijinite	
Numărul total al elevilor și preșcolarilor care vor beneficia de activitatea/ activitățile de tip FSE+ desfășurată/desfășurate în cadrul infrastructurii sprijinite	

¹ Manifestări științifice, culturale, sportive, tehnico-aplicative, ecologice, artistice, educație civică, alte forme educative și de petrecere a timpului liber, "Școala Altfel", "Săptămâna Verde" etc.

- Prezentați criteriile utilizate în procesul de selecție a grupului țintă.
- Descrieți echipa de management a proiectului, inclusiv formarea și experiența personalului și/sau folosirea de expertiză externă (personal cu experiență în lucrul cu elevii și preșcolarii).
- Realizați Analiza SWOT a obiectivului de investiție vizat de proiect, fundamentată pe date statistice relevante, cu trimiteri la documentele din care au fost preluate, după modelul:

S (puncte tari)	W (puncte slabe)
O (oportunități)	T (amenințări)

- Lista cheltuielilor care fac obiectul investiției propuse în cererea de finanțare, cu încadrarea acestora pe liniile bugetare aferente:

Nr. crt.	Denumirea cheltuielii	UM	Cantitate	Preț unitar (fără TVA)	Valoare totală (fără TVA)	Linie bugetară
Lucrări						
TOTAL						
Echipamente/ Dotări/ Active corporale						
TOTAL						
Active necorporale						
TOTAL						
Servicii						
TOTAL						
Salarii pentru experții proprii angajați pentru derularea activității/activităților de tip FSE+						
TOTAL						
Materiale consumabile						
TOTAL						
TOTAL GENERAL						

- Descrieți aria geografică de acoperire a proiectului și modalitatea în care investiția contribuie la dezvoltarea economică și socială a localității/ județului/ regiunii.
- Descrieți modul de operare a infrastructurii sprijinite prin proiect pentru perioada de implementare și durabilitate.

3. Analiza curentă a pieței

Analiza pieței va include:

- Analiza sectorului/domeniului aferent investiției propuse prin proiect. În acest sens, se va/vor:
 - Identifica și fundamenta nevoia realizării investiției propuse prin proiect;
 - Descrie factorii economici, politici, legislativi, sociali, demografici, culturali care au o influență directă asupra dinamicii sectorului/domeniului aferent investiției propuse prin proiect;
 - Prezenta tendințele actuale la nivel național în sectorul/domeniul aferent investiției propuse prin proiect, cum ar fi: creșterea interesului pentru anumite tipuri de activități, nevoile și preferințele părinților, elevilor și preșcolarilor în ceea ce privește activitățile și durata acestora, raportul calitate-preț.
- Identificarea și descrierea sectorului/domeniului aferent investiției propuse prin proiect, cu precizarea mărimii actuale a acestuia (se vor folosi, cu citarea surselor oficiale și verificabile, date statistice relevante și concise care să susțină necesitatea și oportunitatea implementării proiectului);
- Dacă este cazul, descrierea infrastructurilor similare din aria geografică de implementare cu precizarea distanței față de obiectivul în cauză, precum și a accesibilității acestora, comparativ cu obiectivul în cauză.
- Avantajele competitive ale investiției propuse prin proiect (cum se evidențiază calitățile, beneficiile și avantajele activităților/serviciilor ce vor rezulta în urma implementării proiectului pentru care se solicită finanțare, față de cele ale competitorilor).

4. Planul de marketing

Se vor enumera și descrie pe scurt principalele obiective ale planului de marketing și modul de realizare a acestora. Se va sublinia contribuția acestora la îndeplinirea obiectivului/obiectivelor proiectului. Obiectivele trebuie să fie corelate cu rezultatele analizei situației curente și ale analizei situației pieței, să fie fezabile, să fie compatibile între ele și să fie **SMART**: Specifice; Măsurabile; Realizabile; Realiste, pe o anumită perioadă de Timp.

4.1. Strategiile de marketing propuse pentru implementarea planului de marketing

În această subsecțiune se vor descrie:

- Strategia solicitantului în ceea ce privește managementul activității, în corelare cu specificul activității și al serviciilor oferite:

- viziunea, misiunea și obiectivele planului de dezvoltare pentru următorii ani (cel puțin până la sfârșitul perioadei de durabilitate a proiectului) evidențiind modul în care acesta se corelează cu investiția propusă prin proiect;
- parteneriate strategice, dacă este cazul, cu alte entități similare sau cu instituții publice.
- Strategiile de marketing (căile de urmat pentru atingerea obiectivelor de marketing), în cadrul planului de marketing, pot fi strategii de piață și strategii corespunzătoare fiecărui element al mixului de marketing (produs, preț și promovare). Strategiile de marketing vor fi descrise pentru fiecare dintre elementele mixului de marketing, și anume:
 - strategia de produs (se va descrie amănunțit serviciul, menționându-se caracteristicile și avantajele pe care le oferă elevilor și preșcolarilor);
 - strategia sau politica de preț, legătura dintre tarife, caracteristicile serviciului și tendințele pieței (se vor analiza următoarele elemente de determinare a prețului: costurile implicate, prețurile practicate de către competitori);
 - strategia de vânzări (metode de vânzare, modalități de comunicare, previzionarea vânzărilor în baza analizei pieței);
 - strategia de promovare și relații publice (se va urmări efectul dorit în promovare, costurile pe care le implică promovarea, mass-media ce va fi utilizată și analiza rezultatelor promovării).

4.2. Planul de acțiune pentru implementarea strategiilor de marketing

Se vor descrie acțiunile/subacțiunile propuse pentru atingerea obiectivelor planului de marketing, perioada de implementare și departamentul/persoana responsabilă. Se poate utiliza un grafic de tip Gantt pentru vizualizarea și succesiunea acestora în timp.

Se vor descrie succint principalele rezultate ale fiecărei acțiuni/subacțiuni.

Nr. crt.	Acțiune	Subacțiune	Rezultate	Responsabil	Perioadă
1.					
2.					

4.3. Analiza de risc a planului de marketing

Analiza de risc va avea în vedere eventualele riscuri preconizate, probabilitatea producerii riscului, impactul pe care l-ar putea avea producerea riscului și modalitatea de răspuns/contracurare a riscurilor.

Risc	Probabilitate	Impact	Răspuns
Implementarea inconsistentă a planului de marketing			
Activitățile de marketing nu generează veniturile anticipate			
Scădere economică generală			
Altele			

5. Analiza financiară

Prezentați proiecțiile financiare (cu și fără proiect) conform **Anexei III.6 – Macheta financiară**.

- **Veniturile din operarea infrastructurii**
Se vor detalia toate veniturile realizate din operarea infrastructurii.
- **Cheltuielile din operarea infrastructurii** (ex.: cheltuieli materiale, cheltuieli cu utilitățile, cheltuieli de personal, cheltuieli cu mentenanța și reparațiile, alte cheltuieli directe de operare etc.)
- **Cheltuieli cu înlocuirea echipamentelor cu durată scurtă de viață**

6. Planul de acțiune privind incluziunea socială a elevilor și preșcolarilor din grupuri vulnerabile în activitățile desfășurate în infrastructura sprijinită

Se vor descrie activitățile care asigură și facilitează accesul elevilor și preșcolarilor din grupuri vulnerabile la activitățile din infrastructura sprijinită în cadrul proiectului. Descrierea activităților va include detalii privind grupul țintă, scopul urmărit, modul de implementare, resursele umane, materiale și financiare implicate (costurile generate de activitățile propuse și sursele de finanțare care vor acoperi aceste costuri), rezultatele așteptate și evaluarea impactului și eficacității activităților propuse.

7. Anexe

Includeți alte documente pe care le considerați relevante sau care susțin anumite puncte de vedere din planul de dezvoltare a infrastructurii sprijinite.