

## ΔΕΛΤΙΟ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΔΕΙΚΤΗ (INDICATOR FICHE)

ΕΚΔΟΣΗ 4 - ΜΑΪΟΣ 2018

ΜΕΤΡΗΣΗ - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	
1	ΑΡΙΘΜΟΣ CCI ΤΟΥ Ε.Π.
2	ΚΩΔΙΚΟΣ (ID) ΔΕΙΚΤΗ ΣΤΗ ΒΑΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ SFC2014
3	ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΔΕΙΚΤΗ ΣΤΗ ΒΑΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ SFC2014
4	ΚΩΔΙΚΟΣ (ID) ΜΟΝΑΔΙΚΟΥ ΔΕΙΚΤΗ ΣΤΟ ΟΠΣ ΕΣΠΑ
5	ΜΟΝΑΔΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ
6	ΕΙΔΟΣ ΔΕΙΚΤΗ
7	ΤΑΜΕΙΟ
8	<p><b>ΟΡΙΣΜΟΣ, ΜΕΘΟΔΟΣ ΜΕΤΡΗΣΗΣ</b></p> <p>Ο δείκτης μετράει το κατά πόσον μία επιχείρηση λαμβάνει στήριξη για να αναπτύξει ένα 'νέο στην αγορά' προϊόν, σε οποιαδήποτε από τις αγορές που δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Περιλαμβάνει την καινοτομία διαδικασιών υπό τον όρο ότι η διαδικασία συνεισφέρει στην ανάπτυξη του προϊόντος. Δεν συμπεριλαμβάνονται τα έργα που δεν στοχεύουν πραγματικά στην ανάπτυξη ενός προϊόντος. Επισημαίνεται ότι η πολλαπλή μέτρηση θα πρέπει να εξαλειφθεί. Δηλαδή <u>αν μία επιχείρηση εισάγει αρκετά προϊόντα ή αν λαμβάνει στήριξη για διαφορετικά έργα, εξακολουθεί να προσμετρείται ως μία επιχείρηση</u>. Σε περίπτωση έργων συνεργασίας, ο δείκτης μετράει όλες τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις.</p> <p>Ένα <u>προϊόν είναι νέο στην αγορά</u> αν δεν υπάρχει άλλο προϊόν στην αγορά με την ίδια λειτουργικότητα ή αν η τεχνολογία που το νέο προϊόν χρησιμοποιεί είναι ουσιαστικά διαφορετική από την τεχνολογία των υφιστάμενων προϊόντων. Τα προϊόντα μπορεί να είναι υλικά ή άυλα (συμπεριλαμβανομένων των υπηρεσιών). Προσμετρούνται και τα υποστηριζόμενα έργα που στόχευαν να εισάγουν νέα στις αγορές προϊόντα αλλά δεν το κατάφεραν. <u>Εάν ένα προϊόν είναι νέο και στην αγορά και στην επιχείρηση, η επιχείρηση θα πρέπει να προσμετρηθεί και στους δύο σχετικούς δείκτες (Βλέπε Δείκτη CO29 «Αριθμός επιχειρήσεων που ενισχύονται για να εισάγουν προϊόντα νέα στην εταιρεία»).</u></p> <p>Τα <u>όρια της αγοράς</u> (γεωγραφικά ή άλλα) ορίζονται από την Διαχειριστική Αρχή με βάση την επιχειρηματική δραστηριότητα της επιχείρησης που λαμβάνει στήριξη.</p> <p>Σημειωτέα η συνάφεια με τον Δείκτη CO29 «Αριθμός επιχειρήσεων που ενισχύονται για να εισάγουν προϊόντα νέα στην εταιρεία». Ενώ οι περισσότερες κλασσικές καινοτομίες οδηγούν σε προϊόντα που είναι νέα τόσο στην αγορά όσο και στην επιχείρηση, είναι δυνατό το προϊόν να είναι νέο στην αγορά αλλά όχι νέο στην επιχείρηση, π.χ. προσαρμογή ενός υφιστάμενου προϊόντος σε μία νέα αγορά χωρίς να αλλάξει η λειτουργικότητά του.</p>
9	<p><b>ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ο Δείκτης CO01 θα πρέπει πάντα να χρησιμοποιείται μαζί με το δείκτη CO28</li> <li>• Ο Δείκτης CO05 θα πρέπει να χρησιμοποιείται όπου γίνεται χρήση του Δείκτη CO28, εφόσον η ενίσχυση αφορά σε νέα επιχείρηση.</li> <li>• Ο ΑΦΜ χρησιμοποιείται για την αποφυγή της πολλαπλής μέτρησης των επιχειρήσεων.</li> </ul>
10	<p><b>ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗΣ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ ΒΑΣΗΣ Ή/ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΥ ΤΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΡΧΗΣ</b></p> <p>Οι υποθέσεις διαμόρφωσης των τιμών στόχου αναφέρονται στα μεθοδολογικά έγγραφα επιλογής δεικτών που συνοδεύουν κάθε εγκεκριμένο Ε.Π. και στηρίζονται στον ορισμό και στη μέθοδο μέτρησης που αναλύονται στο πεδίο 9 του ΔΤΔ.</p>
11	<p><b>ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗΣ ΤΟΥ ΜΟΝΑΔΙΑΙΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΡΧΗΣ</b></p> <p>Οι υποθέσεις διαμόρφωσης του μοναδιαίου κόστους αναφέρονται στα μεθοδολογικά έγγραφα επιλογής δεικτών που συνοδεύουν κάθε εγκεκριμένο Ε.Π.</p>
12	<p><b>ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗΣ ΤΙΜΗΣ ΣΤΟΧΟΥ ΑΠΟ ΤΟ ΔΥΝΗΤΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟΥΧΟ</b></p> <p>Η τιμή στόχος ορίζεται στο Πληροφοριακό Σύστημα Κρατικών Ενισχύσεων (ΠΣΚΕ) μετά τη διαδικασία αξιολόγησης και οριστικοποίηση των προς ενίσχυση δικαιούχων.</p>

13	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΗ ΑΡΧΗ	Ετησίως
14	ΠΟΣΟΤΙΚΟΣ/ ΠΟΙΟΤΙΚΟΣ	ΠΟΣΟΤΙΚΟΣ ΑΘΡΟΙΖΟΜΕΝΟΣ
15	ΕΠΙΠΕΔΑ ΑΘΡΟΙΣΗΣ	<input checked="" type="checkbox"/> ΠΡΑΞΗ <input checked="" type="checkbox"/> ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ <input checked="" type="checkbox"/> ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ <input checked="" type="checkbox"/> ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ <input checked="" type="checkbox"/> ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ <input checked="" type="checkbox"/> ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ
16	ΑΘΡΟΙΣΗ	Ο δείκτης μπορεί να αθροιστεί σε όλα τα επίπεδα ενός ΕΠ, καθώς και σε εθνικό επίπεδο.
17	ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	ΟΠΣ-ΕΣΠΑ
18	ΕΠΙΣΥΝΑΠΤΟΜΕΝΑ ΑΡΧΕΙΑ	-