Przykłady projektów realizowanych na obszarach wiejskich

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Oficjalny tytuł projektu /operacji** | Skarbiec Ducha Gór | | | | | |
|  | **Ostateczny odbiorca/uczestnik projektu/operacji** | turyści  mieszkańcy  lokalni artyści  lokalni rzemieślnicy  lokalni producenci żywności  seniorzy  osoby bezrobotne  osoby niepełnosprawne  przedsiębiorcy  gmina Karpacz | | | | | |
|  | **Streszczenie projektu/najważniejsze informacje** | Powstał projekt działań dotyczących animacji, organizacji i uruchomienia sklepu. W ramach dostępnych środków można było sfinansować koszty zatrudnienia, lokalu i in. Dla wielu osób to był początek drogi na rynku produktów lokalnych. Niektórzy utworzyli firmy, dla innych – osób fizycznych – sprzedaż własnych produktów stanowiła dodatkowe lub jedyne źródło dochodu.  Udało się uzyskać od władz samorządowych Karpacza zaproszenie do zagospodarowania atrakcyjnego lokalu przy głównej ulicy z przeznaczeniem na prowadzenie sklepiku Skarbiec Ducha Gór – Galeria Produktu Lokalnego oraz Informacja Turystyczna(IT) funkcjonuje od lipca 2012 r. Od 2015 r. miasto Karpacz zleciło oficjalnie prowadzenie IT. Otwarta codziennie 10-18.00 | | | | | |
|  | **Priorytety PROW 2014-2020** | **I -Transfer wiedzy i innowacje**  Wspieranie transferu wiedzy i innowacji w rolnictwie, leśnictwie i na obszarach wiejskich. | | | |  | |
| **II Rentowności i konkurencyjność gospodarstw**  Zwiększanie rentowności gospodarstw i konkurencyjności wszystkich rodzajów rolnictwa we wszystkich regionach oraz promowanie innowacyjnych technologii w gospodarstwach i zrównoważonej gospodarki leśnej. | | | |  | |
| **III Organizacja łańcucha dostaw żywności**  Wspieranie organizacji łańcucha dostaw żywności, w tym przetwarzania i wprowadzania do obrotu produktów rolnych, promowanie dobrostanu zwierząt i zarządzania ryzykiem w rolnictwie. | | | |  | |
| **IV. Wzmacnianie ekosystemów**  Odtwarzanie, ochrona i wzmacnianie ekosystemów związanych z rolnictwem i leśnictwem. | | | |  | |
| **V. Efektywne gospodarowanie zasobami**  Wspieranie efektywnego gospodarowania zasobami i przechodzenia na gospodarkę niskoemisyjną i odporną na zmianę klimatu w sektorach rolnym, spożywczym i leśnym. | | | |  | |
| **VI . Zrównoważony rozwój terytorialny**  Wspieranie włączenia społecznego, ograniczania ubóstwa i rozwoju gospodarczego na obszarach wiejskich | | | | x | |
|  | **Kontekst i cele operacji.**   * Diagnoza /powody/przyczyny realizacji operacji, dlaczego i komu operacja była potrzebna? * Cele operacji. | Wytwórcy, którzy mogliby mieć dodatkowe źródła dochodu (np. niepełnosprawna artystka, emerytki, osoby bezrobotne) nie potrafili uporać się ze sprzedażą własnych produktów. Ponadto w Polsce w znikomym stopniu można kupić prawdziwe produkty lokalne. Organizacje pozarządowe mogą prowadzić sprzedaż w ramach działalności odpłatnej, co oznacza realizację zadań statutowych na zasadach odpłatności.  Była to potrzeba, którą LGD rozpoznało.  Dla wielu osób to był początek drogi na rynku produktów lokalnych, niektórzy utworzyli legalne firmy, dla innych – osób fizycznych jest to dodatkowe lub nadal jedyne źródło dochodu. | | | | | |
|  | **Działania realizowane w ramach operacji**   * Jakie działania i w jakich ramach czasowych zostały zrealizowane w ramach operacji? * Jacy partnerzy i w jaki sposób byli zaangażowani w realizację operacji? | Zaproszenie przez miasto Karpacz LGD do atrakcyjnego lokalu przy głównej ulicy w celu prowadzenia sklepiku.  Szacowanie kosztów utrzymania i poziomu przychodów jakie trzeba wygenerować by utrzymać przedsięwzięcie i zarobić na koszty.  Remont i zatrudnienie osoby – animatora w ramach projektu FIO.  Dyżury producentów z animatorem.  Otwarcie Skarbca Ducha Gór – Galerii Produktu Lokalnego w Karpaczu.  Opracowanie wspólnie z producentami zasad i systemu funkcjonowania Skarbca np. karty przyjęcia towaru, zasady narzucania marży, regulaminu przyjmowania nowych produktów, sposobu pracy z osobami, które zgłaszają się z produktami.  Spotkania producentów w sprawie sprzedaży, co roku sprawozdanie finansowe i ocena sytuacji, analiza sprzedaży w miesiącach, latach itd…  Szkolenia i spotkania w sprawie legalizacji sprzedaży, jakości produktów, marki lokalnej, certyfikacji produktów na różnym poziomie.  Wypracowanie zasad sprzątania, dostarczania towaru, wykonania wystaw w witrynach, zmiany wystroju itd…..  Od 2015 r. miasto Karpacz zleciło oficjalnie prowadzenie Informacji Tury-stycznej stowarzyszeniu wraz ze sklepikiem. To pozwoliło rozwinąć działalność. | | | | | |
|  | **Rezultaty operacji**   * Efekty realizacji operacji. Wymierne wskaźniki produktu, rezultatu, oddziaływania – **jakościowe i ilościowe**. W jaki sposób zmieniła się sytuacja lub jakie potrzeby zaspokojono w wyniku realizacji operacji? * Wartość dodana operacji – czy pojawiały się niezamierzone efekty prowadzonych działań? | Powstało miejsce pełniące funkcje społeczne i gospodarki ekonomicznej:   1. Sklepik z autentycznymi produktami lokalnymi 2. Informacja Turystyczna Krainy Ducha Gór i promocja oferty turystycznej: kulturowej, kulinarnej itp…. 3. Lokalny Punkt Konsultacyjny Produktu Lokalnego, Regionalnego, Tradycyjnego i oznaczeń UE, edukacji w zakresie legalizacji sprzedaży i wprowadzania do obrotu. 4. Kreatywne miejsce, wokół którego rozwijają się i integrują się rzemieślnicy, artyści i producenci, również świadomi restauratorzy i partnerzy świadczący usługi turystyczne/okołoturystyczne, wprowadzające na rynek i dostosowujące do rynku produkty/usługi.   Miejsce promowania lokalnej żywności, produktów i usług lokalnych, skracania drogi od producenta do konsumenta.  Wartość dodana:  Zaufanie do LGD.  Integracja członków LGD.  Poczucie sensu i pożytku w działaniach dla pracowników LGD i członków.  Przybywa produktów i osób fizycznych zainteresowanych wyrobem i sprzedażą produktów lokalnych. Promocja przedsięwzięcia w mediach: Nowiny Jeleniogórskie, Muzyczne Radio. | | | | | |
|  | **Wnioski z realizacji operacji.**   * + Co zdecydowało o sukcesie operacji?   + Doświadczenia z realizacji. Jakie trudności i kłopoty napotkano w trakcie realizacji operacji? Czego unikać? Co można zrobić lepiej? Gdyby zacząć realizację jeszcze raz, to…? Co było interesujące, nieoczekiwane, zaskakujące podczas realizacji projektu?   + Dlaczego operacja zasługuje na miano *dobrej praktyki?* Dlaczego warto ją upowszechniać? Czy operacja może być powtórzona, czy ma charakter uniwersalny, modelowy?   + Czy operacja jest innowacyjna i dlaczego? | Stowarzyszenie prowadzi Skarbiec w ramach działalności odpłatnej, co oznacza, że celem nie jest zysk jednej osoby czy podmiotu. Galeria prowadzona jest na zasadzie sprawiedliwości społecznej – producenci lokalni i z regionu są członkami stowarzyszenia, wszyscy mają poczucie, że trzeba angażować się, szanować to osiągnięcie, zarobić na koszty prowadzenia tego przedsięwzięcia, celem nie jest zysk. Ten sposób działania zakłada sprawiedliwy i oddolny charakter, angażuje ludzi do indywidualnego i wspólnego działania. To wyjątkowe przedsięwzięcie tego rodzaju na skalę kraju, które jest sprawdzoną praktyką od wielu lat i może być powielane w wielu miejscach.  Producenci uczestniczą w tym miejscu we wszystkim: od podejmowania decyzji co do kierunków, rodzaju sprzedawanych produktów, przyjmowania do sprzedaży, uwag co do ich jakości, wyglądu itd…. rozwiązywania problemów, wystroju wnętrza, wystaw, akcjach, jarmarkach, warsztatach, spotkaniach dot. omawiania spraw finansowych, zatrudnienia itd….Dokładnie wiedzą jakie są koszty, cena produktu ustalana jest wspólnie itd….  Uczestnicy przedsięwzięcia opracowali wspólnie zasady funkcjonowania Skarbca Ducha Gór. Są wykorzystywane karty przyjęcia towaru, zasady określania marży, działa regulamin przyjmowania nowych produktów. Partnerzy określili też sposoby pracy  z osobami, które oferują swoje produkty. Odbywają się spotkania producentów w sprawie sprzedaży. Co roku są publikowane sprawozdania finansowe. Partnerzy dokonują oceny sytuacji  i prowadzą analizę sprzedaży. Zainteresowane osoby uczestniczą w szkoleniach i spotkaniach w sprawie legalizacji sprzedaży, uznawania jakości produktów, certyfikacji produktów. Są wypracowane zasady sprzątania, dostarczania towaru, wykonania wystaw w witrynach, zmian wystroju itd. Działania są kontynuowane, a współpracują przy nich lokalni rzemieślnicy, artyści, producenci żywności. Ma to związek z Karkonoską Marką Lokalną – odrębną, ale ściśle powiązaną inicjatywą. | | | | | |
|  | **Benficjent - nazwa podmiotu otrzymującego wsparcie finansowe**. | LGD Partnerstwo Ducha Gór oraz Rada Producentów | | | | | |
| adres |  | | | | | |
| www |  | | | | | |
| telefon kontaktowy |  | | | | | |
| email |  | | | | | |
|  | **Kategoria beneficjenta (podmiotu otrzymującego wsparcie finansowe**) | Publiczny (urząd administracji; edukacja & badania ; instytucja kultury; inne) | | | | |  |
| Prywatny (rolnik/farmer, mikro przedsiębiorca, małe i średnie - przedsiębiorstwa; inne) | | | | |  |
| Organizacje pozarządowe/NGO | | | | |  |
| Lokalne Grupy Działania/LGD  Lokalne Grupy Rybackie/LGR | | | | | x |
| Inne | | | | |  |
| Jakie? |  | | | | |
|  | **Partnerzy projektu** | Gmina Karpacz  lokalni artyści  lokalni rzemieślnicy  lokalni producenci żywności  seniorzy  osoby bezrobotne  osoby niepełnosprawne  przedsiębiorcy  gmina Karpacz | | | | | |
|  | **Czas realizacji operacji** | Skarbiec Ducha Gór funkcjonuje od lipca 2012 r. Od 2015 r. miasto Karpacz zleciło oficjalnie prowadzenie IT. Otwarta codziennie 10-18.00 | | | | | |
|  | **Miejsce realizacji operacji /zasięg terytorialny operacji** | Zasięg międzynarodowy | | | | |  |
| Zasięg ogólnopolski | | | | |  |
| Zasięg regionalny | | | | |  |
| Zasięg wojewódzki | | | | | x |
| Zasięg lokalny | | | | | x |
|  | | | | | |
|  | **Koszty operacji.** | Koszty całkowite operacji (budżet), w tym: | | |  | | |
| 1. Środki publiczne | | |  | | |
| z funduszy unijnych: | | Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego |  | | |
| Europejski Fundusz Społeczny |  | | |
| Fundusz Spójności |  | | |
| Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich | x | | |
| Europejski Fundusz Morski i Rybacki (dawniej Europejski Fundusz Rybacki) |  | | |
| z budżetu państwa | | |  | | |
| z budżetu samorządów terytorialnych | | |  | | |
| 1. Środki prywatne | | |  | | |
| 1. Inne | | |  | | |