**FORMULARZ PROJEKTU REALIZUJĄCEGO PRIORYTETY PROW 2014-2020**

Przykłady projektów realizowanych na obszarach wiejskich

**Do formularza proszę dołączyć:**

* Zdjęcia – min. 3 – maks. 5 w oddzielnych plikach graficznych (np. jpg).

**Nazwa projektu** – skrócona nazwa(jeśli istnieje)

**Komercjalizacja działalności LGD Partnerstwo Ducha Gór**

(dobra praktyka nie dotyczy konkretnej operacji/projektu a procesu)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Oficjalny tytuł projektu /operacji** | Komercjalizacja działalności LGD Partnerstwo Ducha Gór. | | | | | |
|  | **Ostateczny odbiorca/uczestnik projektu/operacji** | Trudno w przypadku procesu wskazać konkretnego odbiorcę – to zespół aktywności o bardzo zróżnicowanym charakterze, zatem i odbiorcy będę zróżnicowani. Z pewnością są to członkowie LGD, a także mieszkańcy i podmioty z obszaru działania LGD. | | | | | |
|  | **Streszczenie projektu/najważniejsze informacje** – 3-4 zdania (lead). | W roku 2010 LGD podejmuje pierwszą próbę otwarcia sklepiku z produktem lokalnym w Jeleniej Górze – w ramach środków PROW 2007–2013 (koszty bieżące), niestety otrzymuje odmowę finansowania lokalu.  W 2012 roku następuje otwarcie w Karpaczu Skarbca Ducha Gór – Galerii Produktu Lokalnego i biura LGD. W 2012 r. LGD otrzymało dotację FIO na projekt dotyczący sklepiku  w ramach działalności odpłatnej i tworzenia marki lokalnej. | | | | | |
|  | **Priorytety PROW .**  Zaznacz znakiem X po prawej stronie, które priorytety polityki rozwoju obszarów wiejskich zrealizował projekt? | **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.**  Opisz kontekst realizacji operacji oraz jej cele. Odpowiedz na pytania pomocnicze:   * Diagnoza /powody/przyczyny realizacji operacji, dlaczego i komu operacja była potrzebna? * Cele operacji. | Od lipca 2012 roku, tj. od przeniesienia się do Karpacza, otwarciu Skarbca Ducha Gór – Galerii Produktu Lokalnego i biura LGD oraz otrzymania dotacji FIO na projekt dotyczący sklepiku w ramach działalności odpłatnej i tworzenia marki lokalnej – LGD rozpoczęło faktyczne proces komercjalizacji.  W latach 2012–2015 zrealizowano 36 odpłatnych wizyt studyjnych. W 2015 r. miasto Karpacz zleca prowadzenie Informacji Turystycznej (IT). W 2014 r. powstaje Festiwal Ducha Gór. | | | | | |
|  | **Działania realizowane w ramach operacji**  Opisz jakie działania i w jaki sposób zostały zrealizowane w ramach operacji. Odpowiedz na pytania pomocnicze:   * Jakie działania i w jakich ramach czasowych zostały zrealizowane w ramach operacji? * Jacy partnerzy i w jaki sposób byli zaangażowani w realizację operacji? | W procesie komercjalizacji LGD Partnerstwo Ducha Gór trudno wyodrębnić konkretne działania – to proces, którego elementami były decyzje o tworzeniu marki produktu lokalnego, tworzenie sklepiku a następnie galerii Produktu Lokalnego. W trakcie tego procesu wystąpiły działania o charakterze odpłatnych usług w rodzaju przyjmowania wizyt studyjnych.  Partnerzy to przede wszystkim Miasto Karpacz – wiceburmistrz, który jako jedyna osoba zrozumiała i doceniła pomysł, jego potencjał, zrobił wszystko, by „ściągnąć” LGD do Karpacza. Równie ważnymi partnerami okazali się lokalni producenci, rzemieślnicy i artyści. | | | | | |
|  | **Rezultaty operacji**  Opisz rezultaty, efekty operacji. Odpowiedz na pytania pomocnicze:   * 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? | Za sukces można uznać:   * Prowadzenie Skarbca Ducha Gór – Galerii Produktu Lokalnego od lipca 2012 r. do chwili obecnej, która, mimo trudności, z czasem się rozwija, od 2015 r.  z Informacją Turystyczną na zlecenie miasta Karpacz (zatrudnione 2 osoby na umowę o pracę). * Finansowanie tej działalności częściowo ze zlecenia miasta Karpacz oraz częściowo ze sprzedaży produktów lokalnych. W okresie braku finansowania z miasta Karpacz – utrzymywanie sklepiku ze sprzedaży oraz innej działalności odpłatnej, bilansowanie kosztów (czynsz, opłaty, zatrudnienie 1 osoby) na produktach niszowych. * Doprowadzenie do powstania produktów w ogóle, certyfikowania i dostosowanie niektórych produktów do realiów rynkowych np. bransoletki z haftem zachełmiańskim zamiast koszuli zachełmiańskiej (bardzo droga), serwetki sprzedawane z miodem (jako stylowa nakładka na wieczko) zamiast samych serwetek, których nikt nie chciał kupić, wsparcie w certyfikacji niektórych produktów np. serów, likieru karkonoskiego (koszty wywiadu etnograficznego, szkolenie, zachęcanie) itp. Doprowadzenie do kreatywnego wymyślenia sposobu na sprzedaż produktów, które trudno sprzedać, szczególnie rzemiosło. * Powstanie Karkonoskiej Marki Lokalnej oraz Galerii Produktu Lokalnego w procesie partycypacji. * Certyfikowanie produktów, ciągłe poszerzanie grona uczestników marki lokalnej, w tym małych przedsiębiorców oraz osób fizycznych, włączanie do tego procesu również osób będących w trudnej sytuacji: bezrobotnych, emerytów, rencistów czy osoby niepełnosprawne. | | | | | |
|  | **Wnioski z realizacji operacji.** Opisz wnioski z realizacji operacji. Odpowiedz na pytania pomocnicze:   * + 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? | Trudności w trakcie realizacji procesu komercjalizacji to:   1. Problemy z rentownością przedsięwzięcia, ze względu na niszowe produkty, konieczność bilansowania z innej działalności odpłatnej. 2. SANEPID – koszty i brak zrozumienia prowadzenia działalności przez organizację pozarządową. 3. Problemy z zatrudnieniem odpowiednio zaangażowanych osób.   Proces komercjalizacji zakończył się sukcesem. Stowarzyszenie prowadzi Galerię w ramach działalności odpłatnej, ale nie oznacza to, 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 zarobić na koszty prowadzenia tego przedsięwzięcia. Ten sposób działania to ekonomia społeczna, która ma bardziej sprawiedliwy i oddolny charakter, angażuje ludzi do indywidualnego i wspólnego działania.  To wyjątkowe przedsięwzięcie, które jest sprawdzoną praktyką od wielu lat i może być powielane w innych miejscach. | | | | | |
|  | **Benficjent - nazwa podmiotu otrzymującego wsparcie finansowe**.  W przypadku projektów realizowanych w ramach KSOW proszę podać dane partnera KSOW realizującego projekt. | *LGD Partnerstwo Ducha Gór.* | | | | | |
| adres | *ul. Konstytucji 3 Maja 25, 58-540 Karpacz* | | | | | |
| www | [*http://duchgor.org*](http://duchgor.org/) | | | | | |
| telefon kontaktowy | *75 644 21 65* | | | | | |
| email | [*sekretariat@duchgor.org*](mailto:sekretariat@duchgor.org) | | | | | |
|  | **Kategoria beneficjenta (podmiotu otrzymującego wsparcie finansowe**)  Wybierz zaznaczając znakiem X po prawej stronie, w przypadku wybrania kategorii inne w pole poniżej proszę wpisać jakie.  W przypadku projektów realizowanych w ramach KSOW proszę podać kategorię partnera KSOW realizującego projekt. | 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**  W przypadku projektów realizowanych we współpracy (partnerstwie) z innymi podmiotami prosimy podać nazwy wszystkich zaangażowanych partnerów. | Formalnie partnerzy w tym procesie nie występują. | | | | | |
|  | **Czas realizacji operacji**  (długość trwania, rok realizacji). | 2010 – nadal | | | | | |
|  | **Miejsce realizacji operacji /zasięg terytorialny operacji**  Zaznacz po prawej odpowiednią opcję.  W polu poniżej podaj: - zasięg międzynarodowy – kraje objęte operacją; - zasięg regionalny (międzywojewódzki) oraz zasięg wojewódzki – województwa/województwo objęte operacją; - zasięg lokalny – województwo i gminy | Zasięg międzynarodowy | | | | |  |
| Zasięg ogólnopolski | | | | |  |
| Zasięg regionalny | | | | |  |
| Zasięg wojewódzki | | | | |  |
| Zasięg lokalny | | | | | X |
|  | | | | | |
|  | **Koszty operacji.** Wpisz w rubryce po prawej odpowiednią kwotę | Koszty całkowite operacji (budżet), w tym: | | | brak danych | | |
| 1. Środki publiczne | | |  | | |
| z funduszy unijnych: | | Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego |  | | |
| Europejski Fundusz Społeczny |  | | |
| Fundusz Spójności |  | | |
| Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich |  | | |
| Europejski Fundusz Morski i Rybacki (dawniej Europejski Fundusz Rybacki) |  | | |
| z budżetu państwa | | |  | | |
| z budżetu samorządów terytorialnych | | |  | | |
| 1. Środki prywatne | | |  | | |
| 1. Inne | | |  | | |

Przesłanie formularza projektu realizującego priorytety PROW do Jednostki Centralnej KSOW jest **równoznaczne z wyrażeniem zgody** na przetwarzanie danych osobowych dla potrzeb niezbędnych do promocji i upowszechniania przykładów projektów realizujących priorytety PROW 2014-2020, zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U z 2002 r. Nr 101, poz. 926, z późn. zm.).

Przesłanie formularza projektu realizującego priorytety PROW do Jednostki Centralnej KSOW jest **równoznaczne z wyrażeniem zgody** na wykorzystywanie zgodnie z przepisami ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o Prawie Autorskim i Prawach Pokrewnych (tj. z 2006 r. Dz.U. Nr 90, poz. 631 ze zm.) na wszystkich polach eksploatacji wymienionych w art. 50 w/w ustawy wszystkich zdjęć, ilustracji oraz tekstów zgłoszonych do bazy projektów realizujących priorytety PROW 2014-2020 w celu promocji i upowszechniania przykładów projektów realizowanych na obszarach wiejskich.

Podpisany przez upoważnioną osobę oryginał oświadczeń należy przesłać do siedziby Fundacji Programów Pomocy dla Rolnictwa FAPA na adres: ul. Wspólna 30, 00-930 Warszawa