



WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE

Turystyka

Sport i
zdrowie

Edukacja

Produkty lokalne

Ekologia

Tradycja



Lokalna Grupa Działania Przyjazna Ziemia Limanowska



Strona Główna o LGD PROW Dokumenty Galeria Archiwum Polecamy Kontakt Zrealizowane projekty

Witamy na stronach
Stowarzyszenia „Przyjazna Dolina Raby”



Lokalna Grupa Działania



Lider projektu

LGD "Przyjazna Ziemia Limanowska"

Partnerzy

Stowarzyszenie Przyjazna Dolina Raby
Stowarzyszenie "Piękna Ziemia Gorczańska"

Obszar

Raba Wyżna Spytkowice Rabka – Zdrój
Mszana Dolna Niedźwiedź
Dobra Jodłownik Kamienica Limanowa
Łukowica Słopnice Tymbark

Okres realizacji

30.03.2012 do 19.12.2012

Budżet

44 909,26

TYTUŁ I AKRONIM PROJEKTU WSPÓŁPRACY

Beskid Wyspowy i Gorce miejsca szczególnie inspirujące BWIGMSI

CEL GŁÓWNY

Celem ogólnym projektu jest rozwój turystyki poprzez promocję walorów turystycznych, przyrodniczych i kulturowo – kulinarnych Beskidu Wyspowego i Gorców.

CELE SZCZEGÓŁOWE

Cel ogólny zostanie osiągnięty poprzez cele szczegółowe:

1. Rozpowszechnianie informacji na temat obszaru trzech LGD poprzez wydanie przewodnika turystycznego w ilości 10 000 szt. mapy turystycznej w ilości 120 000 szt. oraz 30 spotów reklamowych w radio o zasięgu ogólnopolskim w czasie trwania Akcji Odkryj Beskid Wyspowy i Gorce od czerwca do grudnia 2012r.
2. Rozwój oferty aktywnego wypoczynku połączony z kultywowaniem tradycji kulinarnych obszaru poprzez udział w Akcji Okryj Beskid Wyspowy i organizacja imprezy Smaki Beskidu Wyspowego.

Poprzez wydanie przewodnika, mapy turystycznej, promocji w radio oraz organizację imprezy plenerowej nastąpi rozpowszechnianie informacji na temat walorów turystyczno-przyrodniczych i kulturowych obszaru trzech LGD, co wpłynie na podniesienie świadomości mieszkańców oraz turystów na temat atrakcji turystyczno-kulturalnych Beskidu Wyspowego i Gorców.

Cele projektu współpracy są zgodne z celami PROW 2007-2013 oraz z celami szczegółowymi LSR partnerów uczestniczących w projekcie.

GRUPY DOCELOWE

Organizacje pozarządowe, sektor prywatny, lokalni liderzy, osoby starsze, rolnicy, turyści, kobiety, młodzież, bezrobotni.

GŁÓWNE ZADANIA W PROJEKCIE

- Emisja spotów reklamowych, audycje radiowe
- Opracowanie i wydruk mapki
- Opracowanie przewodnika
- Organizacja oraz współorganizacja imprezy "Smaki Beskidu Wyspowego"
- Gry terenowe i wejścia na szczyty Beskidu Wyspowego.

OPIS PROJEKTU

Koncepcją projektu współpracy jest szeroka promocja obszaru Beskidu Wyspowego i Gorców, wchodzącego w skład Stowarzyszenia LGD „Przyjazna Ziemia Limanowska”, Stowarzyszenia Przyjazna Dolina Raby oraz Stowarzyszenia Piękna Ziemia Gorceńska. Projekt współpracy ma na celu rozpowszechnianie informacji o walorach turystycznych, przyrodniczych i kulturowo-kulinarnych Beskidu Wyspowego i Gorców.

Dzięki położeniu trzech LGD na obszarze Beskidu Wyspowego i Gorców, partnerzy projektu dostrzegli szansę rozwoju swoich terenów i postanowili wykorzystać bogactwo turystyczne

i dziedzictwo kulinarne regionu, aby na szeroką skalę wypromować region i upowszechnić walory turystyczno-kulinarne. Wykorzystywanie dziedzictwa kulinarnego to bardzo dobry sposób na propagowanie zrównoważonego rozwoju turystyki. Poprzez promocję dziedzictwa kulinarnego możliwy będzie rozwój innych atrakcji turystycznych regionu a tym samym podniesienie wiedzy społeczności lokalnych w tym zakresie. Na obszarze partnerstwa od dwóch lat, przez Forum Gmin Beskidu Wyspowego, organizowana jest akcja "Odkryj Beskid Wyspowy", której ideą jest cykl pieszych wycieczek, odbywających się w każdą niedzielę w okresie od czerwca do września po szczytach Beskidu Wyspowego i Gorców. Początkowo akcja skupiała się tylko na wycieczkach na szczyty Beskidu Wyspowego (stąd tytuł akcji), jednak w roku 2011 objęła również teren Gorców (Potaczkowa i Polczakówka) i z roku na rok rozszerza się o nowe obszary, stając się niejako nowym produktem turystycznym regionu, który zdobywa coraz szersze grono turystów. W celu wykorzystania szansy promocji i upowszechniania walorów obszaru, podczas wyjść na szczyty w ramach „Akcji Odkryj Beskid Wyspowy” będą odbywać się bezpłatne zapowiedzi działań planowanych do realizacji przez trzy LGD, np. przekazywane będą informacje o sierpniowej imprezie „Smaki Beskidu Wyspowego” organizowanej w ramach projektu współpracy, informacje o ukazaniu się przewodnika. Ponadto przy okazji cyklu pieszych wędrówek zostaną przeprowadzone gry terenowe dla uczestników coniedzielnich wypraw na szczyty. Gry terenowe poprzez zabawę będą służyły poznaniu obszaru jego historii, atrakcji, osobliwości przyrody, etc. W tym celu uczestnicy zabawy otrzymają do rozwiązania krzyżówki, które będą wytycznymi jak odnaleźć ukryty skarb. Dla wykreowania marki regionu zostanie zakupiony strój reklamowy w postaci RYSIA (symbol Akcji), który będzie jej ambasadorem, a przez to wspierał promocję obszaru trzech LGD. Promocja ta będzie polegała na chodzeniu po większych miastach i częstowaniu potencjalnych turystów lokalnymi smakołykami przygotowanymi przez panie z KGW oraz rozdawaniem ulotek i zapraszaniem do wzięcia udziału w akcji i odwiedzania terenów trzech LGD. W ramach projektu zostanie przeprowadzona akcja promocyjna w radiu o zasięgu regionalnym i ogólnopolskim, promująca turystyczne, przyrodnicze, kulturowe i historyczne walory obszaru trzech LGD, zapraszająca na cykl pieszych wędrówek po Beskidzie Wyspowym i Gorcach oraz do odwiedzania obszaru. W radiu pojawią się min. : zapowiedzi cyklu pieszych wędrówek po Beskidzie Wyspowym i Gorcach, wywiady z organizatorami (przedstawicielami LGD, gmin itp.), cotygodniowe zapowiedzi pieszych wędrówek, zapowiedzi pieszych wycieczek w serwisach informacyjnych na antenie, informacja na temat akcji Odkrywamy Beskid Wyspowy i Gorce w ogólnopolskim porannym programie Radia.

W ramach projektu zostanie także opracowana i wydana mapka turystyczna, promująca atrakcje i walory turystyczne, przyrodnicze, kulturowe i historyczne obszaru trzech LGD. Mapa ta zostanie zamieszczona w prasie o zasięgu ogólnopolskim POLSKAPRESSE. Polskapresse należy do największych wydawców prasy w Polsce i jest liderem na rynku mediów regionalnych i lokalnych. Posiada 8 tytułów wydawniczych w największych regionach Polski (Dolny Śląsk Pomorze, Lublin, Łódzkie, Małopolska, Mazowsze, Wielkopolska, Śląsk i Zagłębie), gdzie wydaje 10 dzienników regionalnych, w tym 8 połączonych wspólną marką „Polska” (Dziennik Bałtycki, Dziennik Łódzki, Dziennik Zachodni, Gazeta Krakowska, Gazeta Wrocławska, Głos Wielkopolski, Kurier Lubelski), „Express Ilustrowany”, "Dziennik Polski", a także 90 tygodników lokalnych oraz bezpłatną gazetę miejską „Echo Miasta”. Średnia dzienna sprzedaż wszystkich dzienników to prawie 320 tys. egz. Mapa będzie stanowiła wkładkę do dzienników regionalnych tj. DZIENNIK POLSKI, DZIENNIK ZACHODNI, DZIENNIK ŁÓDZKI poprzedzona zapowiedzią o ukazaniu się mapki oraz zaproszeniem do cyklu pieszych wędrówek po Beskidzie Wyspowym i Gorcach. Mapa ukaże się w ilości 120 000 egzemplarzy. Odbiorcami zarówno przewodnika jak i mapki

mają być turyści oraz osoby zainteresowane – poszukujące informacji o turystyce, atrakcjach, przyrodzie, kulturze i historii obszaru trzech LGD.

W ramach projektu zostanie także zorganizowana impreza plenerowa pn. „Smaki Beskidu Wyspowego”. Impreza będzie promować walory turystyczne obszaru projektu współpracy, przy wykorzystaniu aspektu kulinarnego.

OSIĄGNIĘTE EFEKTY

Efekty realizacji operacji będą mierzone na podstawie wskaźników produktów którymi będą: Ilość wydanych materiałów informacyjno-promocyjnych w ilości 130 tys. egzemplarzy. Liczba zorganizowanych/współorganizowanych imprez na obszarze trzech LGD w ilości 1 szt. oraz wskaźników rezultatu, którymi są: Liczba osób, które otrzymały materiały informacyjno-promocyjne – 1000 osób, liczba osób uczestniczących w Imprezach organizowanych lub w których wezmą udział partnerzy projektu – 500 osób.





Jak smakuje Beskid Wyspowy?







Turystyka

Sport i zdrowie

Edukacja

Produkty lokalne

Ekologia

Tradycja



Lider projektu

Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania „Gościniec 4 żywiołów”

Partnerzy

Nadwiślańska Grupa Działania "E.O.CENOMA"
Stowarzyszenie Przyjazna Dolina Raby

Obszar

Stryśzów Mucharz Lanckorona Kalwaria Z.
Raba Wyżna Spytkowice, Rabka-Zdrój
Bochnia, Drwinia Rzezawa Nowe Brzesko Kazimierza
Wielka Szczurowa Koszyce

Okres realizacji

16.04.2013 do 14.04.2014

Budżet

147 525,39 zł

TYTUŁ I AKRONIM PROJEKTU WSPÓŁPRACY

Wioski tematyczne pomysłem na innowacyjne produkty turystyki wiejskiej WTPnIPTW

CEL GŁÓWNY

Zachowanie i wykorzystanie zasobów dziedzictwa kulturowo-przyrodniczego obszarów współpracujących w kierunku rozwoju i promocji lokalnej przedsiębiorczości wiejskiej wszystkich 3 obszarów LGD.

CELE SZCZEGÓŁOWE

Wykreowanie i wypromowanie nowych produktów turystycznych oraz zwiększenie aktywności mieszkańców.

GRUPY DOCELOWE

Organizacje pozarządowe, lokalni liderzy, rodziny rolnicze, lokalni mieszkańcy, nowo osiedleni mieszkańcy, bezrobotni, młodzież.

GŁÓWNE ZADANIA W PROJEKCIE

- spotkania informacyjno-szkoleniowe
- dwudniowe warsztaty w Lanckoronie
- warsztaty - uczenie się w działaniu - warsztaty na terenie poszczególnych wsi
- testowanie wypracowanej oferty
- opracowanie strategii
- jednodniowe warsztaty z udziałem liderów
- opracowanie, druk i tłumaczenie katalogu
- film instrukcyjno-promocyjny
- konferencja podsumowująca projekt

OPIS PROJEKTU

W ramach realizacji projektu współpracy stworzonych zostanie 6 wiosek tematycznych oraz podstaw ich funkcjonowania jako ofert turystycznych poprzez przygotowanie koncepcji i wstępne wdrożenie produktów turystycznych wykorzystujących zasoby społeczne, historyczne, kulturowe, rolnicze, przyrodnicze i turystyczne wsi w sposób twórczy i nowatorski. Zadania realizowane podczas projektu to:

- wyłonienie 6 wiosek z terenu 3 LGD
- 6 spotkań informacyjno-szkoleniowych
- 1 dwudniowe warsztaty szkoleniowe w Lanckoronie dla wszystkich uczestników
- 6 warsztatów na terenie poszczególnych wsi
- 6 trzydniowych warsztatów uczenie się w działaniu
- 6 spotkań „Testowanie wypracowanej oferty” (poprzez zorganizowanie otwartych warsztatów, imprezy, wydarzenia zawartego już w ofercie danej wioski tematycznej, opracowanie scenariuszy tworzenia produktu lokalnego)
- 1 jednodniowe warsztaty z udziałem liderów (jak rozwijać i zarządzać danymi ofertami turystycznymi, jak je sprzedawać)

- podpisanie porozumienia w sprawie utworzenia Sieci wiosek tematycznych
- opracowanie wspólnej strategii promocji naszej sieci wiosek tematycznych
- wydanie katalogu promującego ofertę sieci wiosek tematycznych (3000 tys. szt.)
- przygotowanie 20 min. filmu instrukcyjno-promocyjnego nt. naszych wiosek tematycznych
- przeszkolenie 2 osób z zakresu filmowania
- utworzenie 3 podstron www w celu promocji sieci wiosek tematycznych
- konferencja promująca projekt oraz promująca ofertę sieci wiosek tematycznych

Poprzez pracę z wybranymi sześcioma wsiami, w których prowadzone będą działania animacyjno - szkoleniowe zostaną opracowane metodą aktywną i partycypacyjną produkty turystyczne oparte na gospodarce wiedzy, twórczości i emocji. Zostanie wstępnie zinterpretowana przestrzeń wsi, opracowana koncepcja wyposażenia miejsc do prowadzenia zajęć tak, żeby stało się to podstawą do starania się o dalsze środki finansowe. Liderzy poszczególnych wiosek będą wzajemnie uczyć się od siebie, do czego szczególnie przyczynią się wzajemne wizyty szkoleniowe na terenie poszczególnych LGD uczestniczących w projekcie.

Wspólny projekt pozwoli też na rozłożenie kosztów, gwarantując pozyskanie najlepszych fachowców w tym zakresie, tym dr Wacława Idziaka – największego specjalisty, autora pierwszych wiosek tematycznych w Polsce. Ważnym celem będzie połączenie ofert wszystkich wiosek w postaci sieciowego produktu turystycznego (sieć wiosek tematycznych) i ich wspólna promocja. Wspólna promocja będzie miała większy efekt oddziaływania niż oferty poszczególnych wiosek, szczególnie przyczyni się do promocji wiosek z jednego obszaru LGD na obszarze pozostałych LGD – partnerów projektów (warsztaty na terenie poszczególnych wsi z udziałem osób z innych wiosek/LGD biorących udział w projekcie). Oferta z jednej wioski może okazać się za mało atrakcyjna (ze względu na skalę), aby spowodować decyzję np. turysty z Krakowa do odwiedzenia danego miejsca – co innego, gdy można zaplanować pobyt w kilku miejscach.

Posumowaniem projektu będzie wydanie katalogu składającego się z okładki i broszur promocyjnych każdej miejscowości tematycznej. Utworzone zostaną podstrony na stronach internetowych poszczególnych LGD biorących udział w projekcie – prezentujących projekt. Dla każdego LGD przygotowana zostanie strategia rozwoju wiosek tematycznych na lata 2014-2015.

W ramach upowszechniania projektu planuje się realizację filmu instrukcyjno-promocyjnego dokumentującego proces tworzenia produktów turystyki wiejskiej. Film będzie częściowo realizowany w trakcie szkoleń przez uczestników oraz częściowo przez profesjonalnego operatora, który opracuje zgromadzony materiał wg scenariusza przygotowanego wspólnie z ekspertem ds. rozwoju wsi. Czas trwania filmu – 20 minut.

Celem głównym projektu jest: Zachowanie i wykorzystanie zasobów dziedzictwa kulturowo-przyrodniczego obszarów współpracujących w kierunku rozwoju lokalnej przedsiębiorczości wiejskiej wszystkich 3 obszarów LGD.

Wskaźnikiem celu głównego jest– liczba nowych turystów która zostanie zbadana przy pomocy ankiety i statystyki prowadzonej przez poszczególne wioski. Założono, iż liczba nowych turystów w utworzonych wioskach/ uczestniczących w projekcie; w ciągu roku wyniesie 100 osób.

Celem szczegółowym projektu jest: wykreowanie i wypromowanie nowych produktów turystycznych oraz zwiększenie aktywności mieszkańców

Wskaźnikiem do celu szczegółowego jest: ilość produktów to 6 wiosek tematycznych, stworzonych 6 ofert turystycznych dla różnych odbiorców, stworzonych 6 miejsc/ przystanków prezentacji danej wioski tematycznej, opracowanych 6 scenariuszy tworzenia produktu lokalnego, sieć wiosek biorących udział w projekcie, wspólna strategia promocji sieci 6 wiosek tematycznych, utworzone 3 podstrony www, nagrany 1 film instrukcyjno-promocyjny 20 min, katalogu promocyjny w ilości 3000 szt.

Wskaźnikami zwiększenia aktywności mieszkańców będzie liczba osób, które ukończyły szkolenia z pozytywnym wynikiem i otrzymały certyfikaty 90 osób (wskaźnik będzie zmierzony za pomocą list obecności).

Projekt jest projektem związanym z wspólnym wykreowaniem, a następnie marketingiem produktów turystycznych jakimi są wioski tematyczne.

Oprócz korzyści dla poszczególnych LGD (aktywizacja mieszkańców, zmiana wizerunku miejsca, stworzenie oferty turystycznej, przygotowanie lokalnych liderów) najważniejszymi korzyściami są te które są wynikiem wspólnych działań. Organizacja wspólnych warsztatów przynosi takie korzyści jak choćby:

- wymiana doświadczeń (uczenie się od siebie nawzajem),
- powstanie dodatkowej motywacji do nabycia wiedzy i doświadczenia np. poprzez element rywalizacji, który może wykreować prowadzący warsztaty czy
- nawiązywanie przez uczestników warsztatów kontaktów dwustronnych i wielostronnych, sprzyjających ich nowym, wspólnym projektom.
- utworzenie sieci mającej na celu wspólną promocję 6 wiosek.

Promowanie się pojedynczych wiosek, a wspólna ich promocja to zupełnie inna jakość oferty dla turystów i osób odwiedzających, a tym samym większa siła oddziaływania wspólnej oferty niż ofert pojedynczych wiosek.

OSIĄGNIĘTE EFEKTY

Wskaźnik do celu szczegółowego: ilość produktów to 6 wiosek tematycznych, stworzonych 6 ofert turystycznych dla różnych odbiorców, stworzonych 6 miejsc/ przystanków prezentacji danej wioski tematycznej, opracowanych 6 scenariuszy tworzenia produktu lokalnego, sieć wiosek biorących udział w projekcie, wspólna strategia promocji sieci 6 wiosek tematycznych, utworzone 3 podstrony www, nagrany 1 film instrukcyjno-promocyjny 20 min, katalogu promocyjny w ilości 3000 szt.

Wskaźnikami zwiększenia aktywności mieszkańców będzie liczba osób, które ukończyły szkolenia z pozytywnym wynikiem i otrzymały certyfikaty 90 osób (wskaźnik będzie zmierzony za pomocą list obecności).





Turystyka

Sport i
zdrowie

Edukacja

Produkty lokalne

Ekologia

Tradycja



Lider projektu

Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania „Gorce – Pieniny”

Partnerzy

Stowarzyszenie Rozwoju Spisza i Okolicy

Obszar

Krościenko nad Dunajcem, Ochotnica Dolna, Czorsztyn, Łapsze Niżne, Bukowina Tatrzańska, Nowy Targ

Okres realizacji

Grudzień 2012 – grudzień 2013

Budżet

67 828,43 zł

TYTUŁ I AKRONIM PROJEKTU WSPÓŁPRACY

Kraina niezapomnianych chwil KNCh

CEL GŁÓWNY

Wypromowanie obszarów partnerskich LGD jako „Krainę niezapomnianych chwil” poprzez wydanie przewodnika turystycznego oraz produkcję filmów promocyjno-informacyjnych”.

CELE SZCZEGÓŁOWE

1. Stworzenie oferty spędzania wolnego czasu na terenie partnerskich LGD;
2. promocja walorów turystyczno – rekreacyjnych oraz popularyzowanie turystycznych walorów obszaru partnerskich LGD;
3. Poprawa jakości i dostępności do informacji turystycznych oraz ożywienie aktywności i integracji mieszkańców.

GRUPY DOCELOWE

Organizacje pozarządowe w tym LGD: sektor prywatny (przedsiębiorcy); lokalni liderzy; lokalni mieszkańcy; turyści; kobiety; mężczyźni; młodzież.

GŁÓWNE ZADANIA W PROJEKCIE

Przygotowanie i produkcja 2 filmów: krótki spot 60 sek. oraz 15 minutowy film informacyjno-promocyjny.

Przygotowanie i wydanie Przewodnika Turystycznego opisującego atrakcje turystyczne regionów Stowarzyszenia LGD „Gorce – Pieniny” oraz Stowarzyszenie Rozwoju Spisza i Okolicy.

Organizacja konferencji podsumowującej projekt – prezentacja filmu i spotu.

OPIS PROJEKTU

Projekt zakładał opracowanie i produkcję 2 filmów promocyjno-informacyjnych (krótkiego spotu filmowego i dłuższego filmu); oraz opracowanie i wydanie przewodnika turystycznego prezentującego walory przyrodnicze i kulturowe obszaru obu LGD. Projekt swoim zasięgiem obejmował region Pienin, Gorców, Spisza oraz część Tatr i Podhala i dotyczył 6-ciu sąsiadujących ze sobą gmin: Krościenko nad Dunajcem, Czorsztyn, Ochotnica Dolna, Łapsze Niżne, Nowy Targ i Bukowina Tatrzańska, których połączyła nie tylko bliskość terytorialna i chęć współpracy, ale przede wszystkim unikatowy charakter obu obszarów Lokalnych Grup Działania. Zamierzeniem naszym było wypromowanie obu obszarów jako jednej całości w innowacyjny nowy, dotąd nieznan na naszym terenie sposób, ze szczególnym uwzględnieniem działań Stowarzyszenia Rozwoju Spisza Okolicy oraz Stowarzyszenia Lokalnej Grupy Działania „Gorce-Pieniny”

Zarówno film jak i przewodnik miały i mają za zadanie zachęcić potencjalnego turystę do spędzania wolnego czasu, na obszarze obu LGD oraz spopularyzować turystykę górską, wodną i ułatwić zwiedzanie tego wyjątkowego „niezadeptanego” jeszcze regionu Polski.”

OSIĄGNIĘTE EFEKTY

Wskaźnik produktu:

1. Przygotowanie i wydanie Przewodnika Turystycznego opisującego atrakcje turystyczne regionów Stowarzyszenia LGD „Gorce – Pieniny” oraz Stowarzyszenie Rozwoju Spisza i Okolicy w nakładzie 3000 szt.
2. Przygotowanie i produkcja 2 filmów przedstawiających atrakcje turystyczne regionów Stowarzyszenia LGD „Gorce – Pieniny” oraz Stowarzyszenie Rozwoju Spisza i Okolicy.
3. Zorganizowanie 1 wydarzenia promującego działania projektu pn. „Kraina niezapomnianych chwil”.
4. Zamieszczenie filmów na 3 portalach internetowych.

Wskaźnik rezultatu:

1. Liczba osób, które otrzymały przewodnik w ramach projektu „Kraina niezapomnianych chwil”
2. Liczba Punktów Informacji Turystycznych, które otrzymały przewodniki
3. Liczba odsłon filmów zamieszczonych na portalach internetowych
4. Stworzenie pozytywnego wizerunku Partnerskich LGD
5. Wzrost formy wypoczynku weekendowego na terenie partnerskich LGD

Osiągnięte efekty:

Wydany film 1 szt.

Wydany spot 1 szt.

Wykonane przewodniki – 3 tys. szt.

Rozdystrybuowane przewodniki: 1300 szt. / nadal są destruowane/

Ilość wejść na dzień 23.10.2014 r.

- film: 17 852

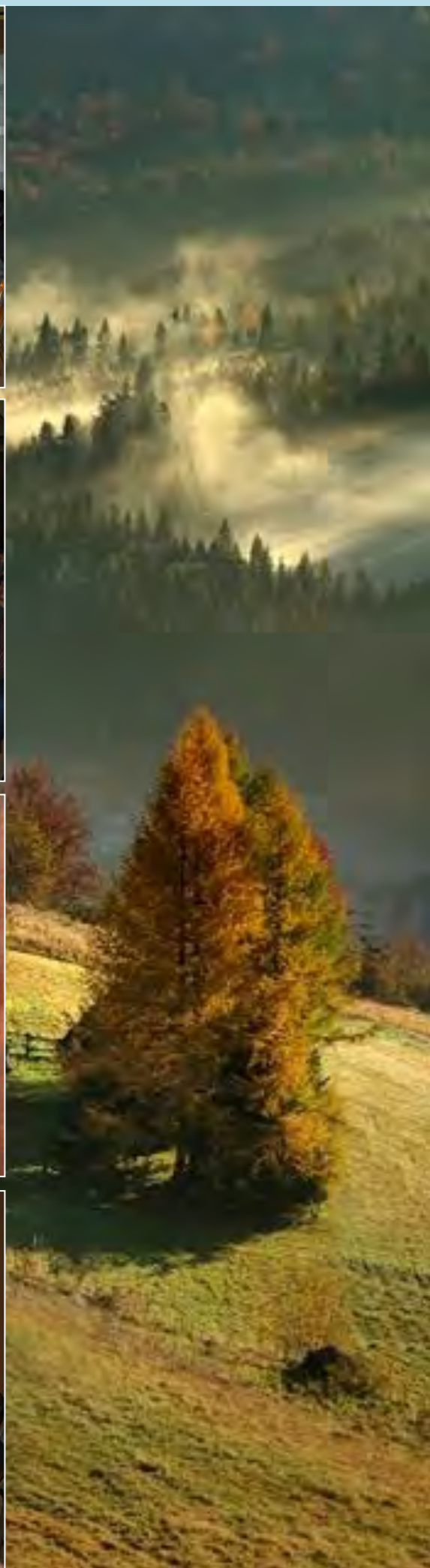
- spot: 2 799

świadcząca o dużej popularności oglądania.

Film cieszy się dużą popularnością, prezentowany jest na publicznych konferencjach i spotkaniach. Dodatkowo w większej ilości domów wczasowych na terenie obu LGD, film promowany jest cały czas. Wszystkie wizyty studyjne jakie obsługujemy zaczynają się od prezentacji filmu.







Turystyka	Sport i zdrowie	Edukacja	Produkty lokalne	Ekologia	Tradycja
------------------	------------------------	-----------------	-------------------------	-----------------	-----------------



Lider projektu	Stowarzyszenie „Partnerstwo Północnej Jury”
Partnerzy	Stowarzyszenie Rozwoju Spisza i Okolicy
Obszar	Boronów, Kamienica Polska, Konopiska, Poczesna, Starcza, Mstów, Przyrów, Olsztyn, Janów, Lelów, Poraj, Żarki, Niegowa, Koziegłowy, Mykanów, Miedźno, Kłomnice, Kruszyna, Rędziny, Łazy, Ogrodzieniec, Pilica, Żarnowiec, Kroczyce, Włodowice, Irządze, Szczekociny
Okres realizacji	od 1 marca 2012 r. do 31 grudnia 2012 r.
Budżet	210 565,00 zł

TYTUŁ I AKRONIM PROJEKTU WSPÓŁPRACY

Ekologia – kogo obchodzą losy cywilizacji?

EKOLC

CEL GŁÓWNY

Poprawa jakości życia na obszarach wiejskich poprzez podniesienie poziomu wiedzy o środowisku przyrodniczym i jego ochronie oraz o kulturze i etyce ekologicznej wśród lokalnej społeczności obszaru objętego projektem współpracy w okresie realizacji projektu.

CELE SZCZEGÓŁOWE

1. Podniesienie poziomu wiedzy dzieci o roli człowieka w procesie przekształcania środowiska przyrodniczego. Cel zostanie zrealizowany w okresie 2, 3, 4, 5, 6 i 7 miesiąca realizacji projektu poprzez wystawienie w 129 przedszkolach teatrzyków o tematyce ekologicznej i zorganizowanie 1 konkursu plastycznego pt. „Ziemia – mój dom” oraz przez wydanie kalendarza w nakładzie 3560 sztuk z najlepszymi pracami dzieci.
2. Podniesienie poziomu wiedzy ekologicznej dorosłych w zakresie postępowania człowieka względem otaczającego go środowiska. Cel zostanie zrealizowany w okresie 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 i 8 miesiąca realizacji projektu poprzez przeprowadzenie akcji „Zgnieć śmieć”, polegającej na zakupie i dystrybuowaniu 2178 zgniatarek do butelek plastikowych typu PET i puszek oraz rozplakatowaniu 3500 plakatów edukacyjno-promocyjnych.
3. Podniesienie poziomu wiedzy lokalnych liderów o ekologii poprzez udział 150 osób w konferencji podsumowującej projekt w okresie 9 lub 10 miesiąca realizacji projektu.

GRUPY DOCELOWE

Projekt współpracy był skierowany do lokalnej społeczności tj.: lokalnych liderów, lokalnych mieszkańców, dzieci w wieku przedszkolnym.

GŁÓWNE ZADANIA W PROJEKCIE

1. zarządzanie projektem,
2. promocja projektu,
3. zorganizowanie teatrzyków o tematyce ekologicznej w przedszkolach i oddziałach przedszkolnych znajdujących się na terenie objętym programem współpracy,
4. przeprowadzenie konkursu plastycznego o tematyce ekologicznej pt. „Ziemia – mój dom” dla przedszkolaków,
5. wydanie kalendarza ekologicznego z pracami dzieci,
6. przeprowadzenie akcji „Zgnieć – śmieć”,
7. zorganizowanie konferencji podsumowującej projekt.

OPIS PROJEKTU

W terminie od 1.03.2012 do 31.12.2012 r. cztery Lokalne Grupy Działania: LGD „Bractwo Kuźnic”, Stowarzyszenie „Partnerstwo Północnej Jury”, LGD „Perła Jury”, Stowarzyszenie „Razem na wyżyny” zrealizowały wspólny projekt współpracy zatytułowany „ Ekologia-kogo

obchodzą losy cywilizacji?” (EKOLC). Koordynowania realizacji projektu współpracy podjęła się grupa LGD "Partnerstwo Północnej Jury", pozostałe LGD pełniły rolę współkoordynatorów.

Na potrzeby projektu opracowano logo projektu (EKOLC). W ramach promocji projektu opracowano i rozdyskrebowano 3500 plakatów edukacyjno-promocyjnych. Wystawiono w 129 przedszkolach i oddziałach przedszkolnych na obszarze 27 gmin objętych projektem współpracy teatrzyk zatytułowany „Z ekologii niech świat słynie”, zorganizowano 1 konkurs plastyczny pt. „Ziemia – mój dom” oraz wydano 3500 sztuk kalendarzy ekologicznych z najpiękniejszymi pracami plastycznymi z konkursu. Na potrzeby konkursu ekologicznego zakupiono ekologiczne kredki (5392 sztuk), papier rysunkowy (44 ryzy), opracowano i wydrukowano autorską malowankę o treściach ekologicznych nawiązującą do treści wystawianych teatrzyków (5392 sztuk), opracowano i wydrukowano dyplomy uczestnictwa w projekcie (5400 sztuk). Zarówno kredki, papier rysunkowy, malowanki i dyplomy zostały przekazane do 129 przedszkoli i oddziałów przedszkolnych (otrzymało je ok. 6000 dzieci w wieku przedszkolnym).

Realizacja projektu współpracy przyczyniła się do podniesienia poziomu wiedzy dzieci o roli człowieka w procesie przekształcania środowiska przyrodniczego. Realizacja projektu przyczyniła się do podniesienia poziomu wiedzy ekologicznej dorosłych w zakresie postępowania człowieka względem otaczającego go środowiska. Przeprowadzono akcje „zgnieć-śmieć, polegającą na zakupie i dystrybucji wśród mieszkańców obszaru objętego projektem współpracy 2178 zgniaterek do zmniejszania objętości butelek plastikowych i puszek oraz przeprowadzono szeroko zakreśloną akcję plakatową polegającą na dystrybucji 3500 plakatów edukacyjno-promocyjnych.

Realizacja projektu przyczyniła się do podniesienia poziomu wiedzy lokalnych liderów o ekologii. Zorganizowano konferencję podsumowującą projekt, w której wzięło udział 150 przedstawicieli lokalnych władz, liderów, zwycięzców konkursu plastycznego „Ziemia – mój dom”. Podczas konferencji przedstawiono sprawozdanie z realizacji projektu współpracy, wręczono 44 nagrody zwycięzcom konkursu plastycznego, wystawiono spektakl „Z ekologii niech świat słynie”, przedstawiono referat odnośnie segregacji śmieci w aspekcie nowej ustawy o utrzymaniu porządku w gminach.

Wartością dodaną projektu współpracy było przygotowanie autorskiego spektaklu przez przedszkolaków z Lgoty Małej, na który zaproszono wszystkich partnerów projektu. Dzieci zaskoczyły pomysłowością scenariusza, scenografii, kostiumów.

Wartością dodaną projektu współpracy była również dalsza współpraca trzech partnerów projektu współpracy przy realizacji kolejnego, wspólnego projektu pt.: Questing-edukacyjnym sekretem turystycznym.

OSIĄGNIĘTE EFEKTY

- ok. 6000 przedszkolaków uczestniczących w przedstawieniach teatralnych o treściach ekologicznych;
- 129 przedszkoli oddziałów przedszkolnych zaangażowanych w projekt;
- ok. 6000 przedszkolaków, które otrzymały gadżety (malowanki, kredki ekologiczne, papier rysunkowy);
- 2178 mieszkańców, którzy otrzymali zgniatarki zmniejszania objętości śmieci;
- 3500 mieszkańców, którzy otrzymali ekologiczne kalendarze.

23

Ekologia – kogo obchodzą losy cywilizacji?



Unijny projekt współpracy
realizowany w 27 gminach
przez partnerów:



LGD „Bractwo Kuźnic”
www.bractwokuznic.pl



Stowarzyszenie
„Partnerstwo Północnej Jury”
www.jura-ppj.pl



LGD „Perła Jury”
www.perlajury.pl



Stowarzyszenie
„Razem na wyżyny”
www.razemnawyzyny.pl

Zadania adresowane do najmłodszych tj. 5392 przedszkolaków z 129 przedszkoli:

- spektakl teatralny „Z ekologii niech świat słynie”,
- konkurs plastyczny „Ziemia- mój dom”,
- gadżety ekologiczne dla każdego przedszkola,
- kalendarz na 2013 rok z najlepszymi pracami konkursowymi.

Ponadto:

- akcja „Zgnieć śmieć” i 2178 zgniatek do puszek i butelek typu PET dla mieszkańców 27 gmin,
- konferencja podsumowująca projekt.

termin realizacji: marzec - grudzień 2012

Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”. Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach osi 4 LEADER Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013. działanie 4.2.1 "Wdrażanie projektów współpracy". Publikacja opracowana przez Stowarzyszenie „Razem na wyżyny” w ramach projektu EKOLC realizowanego we współpracy z LGD „Bractwo Kuźnic”, Stowarzyszenie „Partnerstwo Północnej Jury”, LGD „Perła Jury” Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi



Europejski Fundusz Rolny na rzecz
Rozwoju Obszarów Wiejskich



Turystyka

Sport i zdrowie

Edukacja

Produkty
lokalne

Ekologia

Tradycja

PRODUKT LOKALNY SZANSĄ
ROZWOJU REGIONU

LOCAL PRODUCT AS A CHANCE
FOR LOCAL DEVELOPMENT



Lider projektu

Podhalańska Lokalna Grupa Działania

Partnerzy

Stowarzyszenie Białych Górali i Lachów Sadeckich
Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania "Nad Białą Przemszą"
Stowarzyszenie Dolina Karpia
Lokalna Grupa Działania Dunajec-Biała
Stowarzyszenie Rozwoju Orawy
Lokalna Grupa Działania Regionalna Wspólnota na rzecz Rozwoju regionu Villach-Hermagor

Okres realizacji

08.12.2010 r. - 31.12.2011 r.

Budżet

22154,05 - koszty Podhalańskiej Lokalnej Grupy Działania

TYTUŁ I AKRONIM PROJEKTU WSPÓŁPRACY

Produkt Lokalny Szansą Rozwoju Regionu PLSRR

CEL GŁÓWNY

Celem projektu współpracy było zwiększenie świadomości mieszkańców i rolników z terenów wiejskich i miejsko-wiejskich z obszarów LGD biorących udział w projekcie, w zakresie promocji, nowych kanałów dystrybucji, poprzez udział w wydarzeniu promocyjnym, jakim był wyjazd do Kärnten Region Villach w Austrii w dniach od 9-12.12.2010 r. oraz organizacja i przeprowadzenie spotkań dot. promocji produktu lokalnego w styczniu oraz lutym 2011r.

CELE SZCZEGÓŁOWE

1. Organizacja wyjazdu studyjnego na terenie Villach-Hermagor Austria
2. Organizacja i przeprowadzenie wydarzenia promocyjnego pt. "Produkt lokalny szansą rozwoju regionu" przez Podhalańską Lokalną Grupę Działania
3. Organizacja i przeprowadzenie spotkań informacyjnych dla beneficjentów przez i na terenie poszczególnych partnerów
4. Organizacja i przeprowadzenie targów produktu lokalnego przez i na terenie poszczególnych partnerów
5. Wydanie publikacji na temat produktu lokalnego (tematy z prezentacji przedstawionych podczas konferencji).

GRUPY DOCELOWE

- Organizacje pozarządowe, w tym LGD
- Lokalni liderzy.
- Rolnicy i rodziny rolników
- Lokalni przedsiębiorcy
- Kobiety.
- Mężczyźni.
- Młodzież.

Lepsza identyfikacja z obszarem i zwiększenie zaangażowania we współpracę lokalnej społeczności poprzez włączenie się w nowe inicjatywy. Pobudzenie aktywności społecznej poprzez integrację międzypokoleniową.

GŁÓWNE ZADANIA W PROJEKCIE

1. Organizacja wyjazdu studyjnego na terenie Villach-Hermagor Austria
2. Organizacja i przeprowadzenie wydarzenia promocyjnego pt. "Produkt lokalny szansą rozwoju regionu" przez Podhalańską Lokalną Grupę Działania
3. Organizacja i przeprowadzenie spotkań informacyjnych dla beneficjentów przez i na terenie poszczególnych partnerów
4. Organizacja i przeprowadzenie targów produktu lokalnego przez i na terenie poszczególnych partnerów
5. Wydanie publikacji na temat produktu lokalnego (tematy z prezentacji przedstawionych podczas konferencji)

OPIS PROJEKTU

Projekt współpracy jest projektem międzynarodowym i realizowany będzie na obszarze partnerskich LGD w Polsce i Austrii. Projekt współpracy będzie polegać na zwiększeniu świadomości mieszkańców i rolników z terenów wiejskich i miejsko-wiejskich z obszarów LGD biorących udział w projekcie, w zakresie promocji produktów lokalnych i nowych form dystrybucji poprzez działania promocyjne jakimi będą targi zorganizowane na terenie partnerów projektu promujące lokalne produkty, utworzenie strony internetowej zawierającej opis i przebieg projektu a także katalog produktów lokalnych wszystkich partnerów oraz zasoby obszarów lokalnych grup działania biorących udział w projekcie. Kolejnym zadaniem planowanego projektu będzie opracowanie i wydanie materiałów informacyjno-promocyjnych. Projekt współpracy jest skierowany na pobudzenie aktywności środowisk lokalnych poprzez ożywienie i integrację społeczności lokalnej angażując grupy docelowe.

OSIĄGNIĘTE EFEKTY

Rezultatem projektu będzie promocja kilkudziesięciu lokalnych produktów na obszarze 6 lokalnych grup działania obejmujących swoim działaniem powierzchnię 1839,81 km oraz dotarcie do kilku tysięcy osób. W trakcie targów oraz imprez promocyjnych planuje się udział około 1300 osób. Album promocyjny wydany w 2400 sztuk zostanie rozdysponowany w gminach i innych instytucjach gminnych na terenie grup partnerskich. Strona internetowa dotrze do dużego grona ludzi za pomocą linków umieszczonych na wszystkich stronach partnerów, gmin wchodzących w skład LGD oraz stronie i Centrum Doradztwa Rolniczego Oddział w Krakowie.

W trakcie spotkań informacyjno-promocyjnych z grupą beneficjentów projektu uczestnicy zapoznają się z możliwościami promocji produktów lokalnych i nowych form dystrybucji z ekspertami w dziedzinie m.in. sprzedaży bezpośredniej oraz promocji produktów co przyczyni się do zwiększenia świadomości rolników i mieszkańców w zakresie sprzedaży i promocji własnych wyrobów.

Rezultatem projektu będzie zgłoszenie do rejestracji około 15 produktów tradycyjnych w Małopolskim Urzędzie Marszałkowskim na Liście Produktów Tradycyjnych. Wymienione powyżej działania, jak i pozostałe przeprowadzone w projekcie współpracy pozwolą na realizację zarówno założonych celów LSR jak i celów PROW na lata 2007-2013.







Turystyka	Sport i zdrowie	Edukacja	Produkty lokalne	Ekologia	Tradycja
-----------	-----------------	----------	------------------	----------	----------



Lider projektu	Podhalańska Lokalna Grupa Działania
Partnerzy	Partnerzy krajowi: Podhalańska Lokalna Grupa Działania, Stowarzyszenie Rozwoju Orawy, Stowarzyszenie Białych Górali i Lachów Sądeckich, Lokalna Grupa Działania Nad Białą Przemszą, Stowarzyszenie Zielony Pierścień Tarnowa, Lokalna Grupa Działania Dunajec-Biała, Stowarzyszenie Dolina Karpia Partnerzy zagraniczni: Lokalna Grupa Działania Regionalna Wspólnota na rzecz Rozwoju regionu Villach-Hermagor
Obszar	Biały Dunajec, Czarny Dunajec, Kościelisko, Poronin, Szaflary, Jabłonka, Lipnica Wielka, Łącko, Bolesław, Klucze, Trzyciąż, Wolbrom, Lisia Góra, Skrzyszów, Wietrzychowice i Żabno, Tarnów (z wyłączeniem miasta) oraz Wierzchosławice, Ciężkowice, Pleśna, Wojnicz i Zakliczyn, Osiek, Polanka Wielka, Przeciszów, Zator, Brzeźnica, Spytkowice, Tomice
Okres realizacji	Maj 2011 – maj 2012
Budżet	331 759,26 zł

TYTUŁ I AKRONIM PROJEKTU WSPÓŁPRACY

**Smak na Produkt
SnP**

CEL GŁÓWNY

Celem ogólnym projektu współpracy jest rozwój regionu oparty o produkt lokalny.

CELE SZCZEGÓŁOWE

Celem szczegółowym projektu współpracy jest zwiększenie świadomości mieszkańców i rolników z terenów wiejskich i miejsko-wiejskich z obszarów LGD biorących udział w projekcie, w zakresie promocji produktów lokalnych i nowych form dystrybucji poprzez działania promocyjne, utworzenie strony internetowej oraz opracowanie i wydanie materiałów informacyjno-promocyjnych.

GRUPY DOCELOWE

- organizacji pozarządowych, w tym LGD,
- przedsiębiorcy,
- lokalnych liderów,
- rodzin rolniczych,
- lokalnych mieszkańców,
- osoby starsze,
- turystów,
- kobiety,
- mężczyzn,
- młodzieży
- hodowców

GŁÓWNE ZADANIA W PROJEKCIE

1. Promocja kilkudziesięciu lokalnych produktów na obszarze 8 lokalnych grup
2. Organizacja targów oraz imprez promocyjnych
3. Album promocyjny wydany w 2400 sztuk
4. Strona internetowa
5. Spotkania informacyjno-promocyjne z grupą beneficjentów projektu uczestnicy zapoznają się z możliwościami promocji produktów lokalnych i nowych form dystrybucji z ekspertami w dziedzinie m.in. sprzedaży bezpośredniej oraz promocji produktów co przyczyni się do zwiększenia świadomości rolników i mieszkańców w zakresie sprzedaży i promocji własnych wyrobów.
6. Zgłoszenie do rejestracji około 15 produktów tradycyjnych w Małopolskim Urzędzie Marszałkowskim na Liście Produktów Tradycyjnych.

OPIS PROJEKTU

Partnerzy projektu współpracy wdrażając Lokalne Strategie Rozwoju działają na rzecz rozwoju obszarów wiejskich, aktywizując społeczność lokalną, promując obszar oraz wspierając realizację i upowszechniając Lokalne Strategie Rozwoju na obszarze objętym przez partnerskie LGD.

Celem ogólnym projektu współpracy jest rozwój regionu oparty o produkt lokalny.

Celem szczegółowym projektu współpracy jest zwiększenie świadomości mieszkańców i rolników z terenów wiejskich i miejsko-wiejskich z obszarów LGD biorących udział w projekcie, w zakresie promocji produktów lokalnych i nowych form dystrybucji poprzez działania promocyjne, utworzenie strony internetowej oraz opracowanie i wydanie materiałów informacyjno-promocyjnych.

Projekt współpracy jest skierowany na pobudzenie aktywności środowisk lokalnych poprzez ożywienie i integrację społeczności lokalnej angażując grupy docelowe:

- organizacji pozarządowych, w tym LGD,
- przedsiębiorcy,
- lokalnych liderów,
- rodzin rolniczych,
- lokalnych mieszkańców,
- osoby starsze,
- turystów,
- kobiety,
- mężczyzn,
- młodzieży
- hodowców.

Realizacja projektu współpracy pozwoli na pobudzenie aktywności środowisk lokalnych w trakcie i po zakończeniu realizacji projektu poprzez udział w spotkaniach promocyjnych, targach, odwiedzanie strony internetowej oraz rozdysponowanie albumu zawierającego opisy produktów tradycyjnych. Środowiska lokalne aktywnie będą brać czynny udział we wszystkich działaniach projektu.

Obszarem tematycznym projektu współpracy jest rolnictwo, kultura i dziedzictwo kulturowo-przyrodnicze, nowe technologie i know-how, produkt lokalny. Projekt współpracy opiera się na zasobach ludzkich, przyrodniczych, kulturowych, rolniczych, turystycznych. Wykracza poza wymianę doświadczeń, co wynika z wyznaczonego przez Partnerów celu i przewidzianych do realizacji zadań.

Cel projektu współpracy wpisuje się w koncepcje rozwoju obszarów wiejskich objętych LSR Partnerów. Projekt jest skierowany na pobudzenie aktywności środowisk lokalnych poprzez ożywienie i integrację społeczności lokalnej angażując grupy docelowe. W sposób nowatorski przyczyni się do zmiany podejścia mieszkańców terenów wiejskich i miejsko-wiejskich do promocji, nowych technik sprzedaży bezpośredniej i możliwości wyrobu produktów lokalnych we własnym gospodarstwie.

Partnerzy projektu współpracy wdrażając Lokalne Strategie Rozwoju działają na rzecz rozwoju obszarów wiejskich, aktywizując społeczność lokalną, promując obszar oraz wspierając realizację i upowszechniając Lokalne Strategie Rozwoju na obszarze objętym przez partnerskie LGD również poprzez promocję produktów lokalnych. Cele projektu współpracy są zgodne z celami LSR partnerów oraz PROW 2007-2013.

Rezultatem projektu będzie za pomocą szerokiej promocji kilkudziesięciu lokalnych produktów na obszarze 8 lokalnych grup działania obejmujących swoim działaniem powierzchnię 4335,89 km dotarcie do kilku tysięcy osób. W trakcie targów oraz imprez promocyjnych planuje się udział około 1400 osób. Album promocyjny wydany w 2400 sztuk

zostanie rozdysponowany w gminach i innych instytucjach gminnych na terenie grup partnerskich. Strona internetowa dotrze do dużego grona ludzi za pomocą linków umieszczonych na wszystkich stronach partnerów, gmin wchodzących w skład LGD oraz stronie Centrum Doradztwa Rolniczego Oddział w Krakowie. W trakcie spotkań informacyjno-promocyjnych z grupą beneficjentów projektu uczestnicy zapoznają się z możliwościami promocji produktów lokalnych i nowych form dystrybucji z ekspertami w dziedzinie m.in. sprzedaży bezpośredniej oraz promocji produktów co przyczyni się do zwiększenia świadomości rolników i mieszkańców w zakresie sprzedaży i promocji własnych wyrobów.

Rezultatem projektu będzie zgłoszenie do rejestracji około 15 produktów tradycyjnych w Małopolskim Urzędzie Marszałkowskim na Liście Produktów Tradycyjnych.

Realizacja projektu współpracy pozwoli na pobudzenie aktywności środowisk lokalnych w trakcie i po zakończeniu realizacji projektu poprzez udział w spotkaniach promocyjnych, targach, odwiedzanie strony internetowej oraz rozdysponowanie albumu zawierającego opisy produktów tradycyjnych. Środowiska lokalne aktywnie będą brać udział we wszystkich działaniach projektu.

OSIĄGNIĘTE EFEKTY

- promocja kilkudziesięciu lokalnych produktów na obszarze 8 lokalnych grup
- organizacja targów oraz imprez promocyjnych
- album promocyjny wydany w 2400 sztuk
- strona internetowa
- spotkania informacyjno-promocyjne z grupą beneficjentów projektu uczestnicy zapoznają się z możliwościami promocji produktów lokalnych i nowych form dystrybucji z ekspertami w dziedzinie m.in. sprzedaży bezpośredniej oraz promocji produktów co przyczyni się do zwiększenia świadomości rolników i mieszkańców w zakresie sprzedaży i promocji własnych wyrobów.
- zgłoszenie do rejestracji około 15 produktów tradycyjnych w Małopolskim Urzędzie Marszałkowskim na Liście Produktów Tradycyjnych.

Targi Produktu Lokalnego "Smak na Produkt"

Poniedziałek, 9 maja 2011 r.

Autor: Anna Karpiel-Semberecka



Targi Produktu Lokalnego "Smak na Produkt", które odbyły się w Kościelisku w dniach 6 – 7 maja, to nowa impreza na Podhalu, której celem jest promocja lokalnych wyrobów i przysmaków. Jej organizatorem była Podhalańska Lokalna Grupa Działania. Na placu koło Domu Ludowego rozstawiono stoiska, na których zaprezentowało się siedem współpracujących ze sobą grup działania oraz goście z Austrii. Targom towarzyszyła także konferencja poświęcona produktom tradycyjnym i ich promocji.



SMIAK NA PRODUKT

Strona Główna

O Projekcie

O Partnerach

Terminy targów

Produkty lokalne

Kontakt

Statystyki

Odślon : 51319

Strona główna | O Partnerach | Podhalańska Lokalna Grupa Działania

Podhalańska Lokalna Grupa Działania



Stowarzyszenie Podhalańska Lokalna Grupa Działania działa zgodnie z przepisami ustawy Prawo o Stowarzyszeniach, Ustawie z dnia 7 marca 2007r. o wspieraniu rozwoju obszarów wiejskich z udziałem Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz statutu stowarzyszenia. Stowarzyszenie zarejestrowano w Krajowym Rejestrze Sądowym w dniu 2006-02-10 pod numerem 0000250669. W skład Podhalańskiej Lokalnej Grupy Działania wchodzi pięć małopolskich gmin położonych w powiecie tatrzańskim i nowotarskim : Biały Dunajec, Czarny Dunajec, Kościelisko, Poronin i Szaflary.

- **Gmine wiejską Biały Dunajec** tworzy 5 wsi sołeckich - Biały Dunajec, Gliczarów Dolny, Gliczarów Górny, Leszczyny, Sierokie.
- **Gmine wiejską Czarny Dunajec** tworzy 15 sołectw - Chochołów, Ciche, Czarny Dunajec, Czerwone, Dział, Konjówka, Odrowąż, Piekielnik, Pieniążkowiec, Podczerwone, Podszkie, Ratków, Stare Bystre, Wróblówka, Zafucze.
- **Gmine wiejską Kościelisko** tworzą 3 sołectwa - Działisz, Kościelisko i Witów.
- **W gminie wiejskiej Poronin** jest 8 sołectw - Poronin, Bustryk, Małe Ciche, Murzasichle, Nowy Bystre, Stasikówka, Suche i Zab.
- **Gmina wiejska Szaflary** podzielona jest na 7 sołectw - Bańska Niżna, Bańska Wyżna, Bor, Maruszyna, Skrzypne, Szaflary, Zaskale.

Opisywany obszar zajmuje łącznie 527,16 km². Na terenie Podhalańskiej Lokalnej Grupy Działania zamieszkuje łącznie (wg. stanu na 31.12.2006 r.) 57 010 osób. Tereny wiejskie stanowią 100% obszaru PLGD.

Większość członków PLGD posiada rekomendacje organizacji społecznych takich jak Związek Podhalań, Ochotnicza Straż Pożarna, Kluby Sportowe działające na obszarze działania PLGD. W wyniku budowania partnerstwa publiczno-prywatnego członkami LGD zostały zarówno podmioty sektora publicznego, gospodarczego i społecznego, w tym osoby fizyczne działające na rzecz rozwoju obszaru objętego LSR oraz rolnicy.

Podhalańska Lokalna Grupa Działania posiada następujące organy statutowe:

- Walne Zebranie Członków,
- Zarząd,
- Komisja Rewizyjna,
- Rada

Spójność historyczno-kulturowa PLGD:

- wspólna historia w obrębie państwa polskiego
- silne tradycje pasterskie (licząca się pozycja miejscowej hodowli bydła i owiec)
- gwara - odrębna, powszechnie znana i używana, stanowi wizytówkę tego regionu
- strój ludowy - unikalny, łatwo rozpoznawalny i charakterystyczny tylko dla tego regionu
- muzyka ludowa - odrębny i bardzo ważny składnik góralskiego folkloru, (niektórzy twierdzą, że i nieodłączna część góralskiej duszy)
- taniec i śpiew - bogaty i odrębny składnik miejscowego folkloru
- zwyczaje i obyczaje ludowe, tu określane mianem góralskiego zwyczaju, to cała sfera duchowa kulturowego dziedzictwa. Głęboka, nieskrywana religijność górali, przywiązanie do tradycyjnych wartości, kult rodziny, tradycji rodzinnej, cały zespół norm etycznych i moralnych oraz cały świat tułejczych legend, wierzeń, obrzędów.
- powszechność występowania „przydomek”.
- rękodzieło i góralska twórczość artystyczna rozpowszechniona na całym obszarze PLGD
- tradycyjne potrawy i wyroby spożywcze regionu Podhala (oscypek, bundz, żentycza, rędzkołki, morskale, inne)
- bogaty amatorski ruch artystyczny kultywowany we wszystkich gminach w oparciu o strukturę GOK i wspierany przez lokalne oddziały Związku Podhalań
- bogactwo i różnorodność imprez folklorystycznych we wszystkich 5 gminach

Szuka...

Partnerzy



Europejski Fundusz Rolny
na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich
Europejski Fundusz Rolny
na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich
na lata 2007-2013
Interwencja Zarządzająca PROR 2007-2013
- Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Turystyka

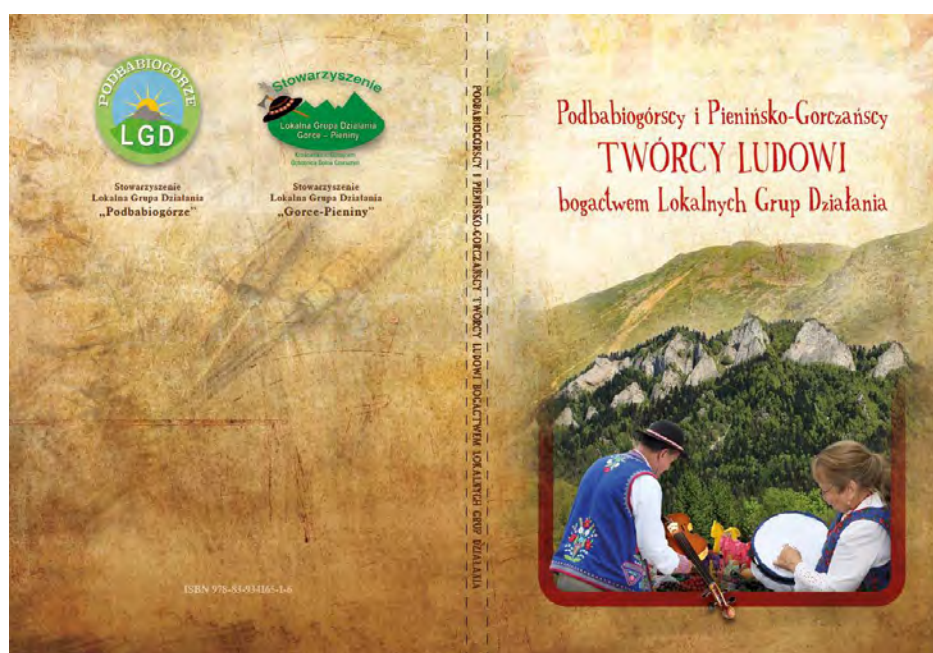
Sport i zdrowie

Edukacja

Produkty lokalne

Ekologia

Tradycja



Lider projektu

Stowarzyszenie LGD „Podbabiogórze”

Partnerzy

Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania "Podbabiogórze"
Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania „Gorce - Pieniny”

Obszar

Budzów, Bystra – Sidzina, Jordanów, Stryszawa, Maków
Podhalański, Zawoja, Zembrzyce, Krościenko nad Dunajcem,
Ochoznica Dolna i Czorsztyn

Okres realizacji

22.07.2011 r. do 30.06.2012 r.

Budżet

54 501,12 zł

TYTUŁ I AKRONIM PROJEKTU WSPÓŁPRACY

Lokalni Twórcy Ostoja Dziedzictwa Kulturowego LTODK

CEL GŁÓWNY

Celem projektu współpracy jest nawiązanie więzi i kontaktów pomiędzy społecznościami lokalnymi LGD ze szczególnym uwzględnieniem twórców ludowych regionu podbabiogórskiego i pienińsko - gorczańskiego oraz popularyzacja i wzajemna promocja kultury ludowej, dorobku artystycznego, sztuki regionalnej, turystyki i edukacji obu obszarów poprzez udział w wydarzeniach promocyjnych w regionie podbabiogórskim i pienińsko-gorczańskim oraz organizacja i przeprowadzenie przedsięwzięć mających na celu przekazywania nabytych umiejętności i kultywowanie tradycji lokalnych.

CELE SZCZEGÓŁOWE

1. Ochrona dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego, w tym wypromowanie produktów lokalnych
2. Promocja regionu poprzez integrację środowisk lokalnych
3. Wydanie i dystrybucja katalogu promującego dorobek twórców ludowych obu obszarów LGD, który będzie promocją projektu współpracy.

GRUPY DOCELOWE

- Twórcy Ludowi
- Organizacje pozarządowe w tym LGD
- Lokalni liderzy
- Kobiety
- Mężczyźni
- Młodzież
- Sektor prywatny (przedsiębiorcy)

GŁÓWNE ZADANIA W PROJEKCIE

1. Organizacja wyjazdu aktywizującego środowisko twórców lokalnych na teren obszaru działania LGD „Gorce-Pieniny” w celu nawiązania i wypracowania metod współpracy pt. „Kiermasz Twórczości Ludowej”,
2. Organizacja wyjazdu aktywizującego środowisko twórców lokalnych na teren obszaru działania LGD „Podbabiogórze” w celu nawiązania i wypracowania metod współpracy pt. „Kiermasz Twórczości Ludowej”
3. Organizacja i przeprowadzenie spotkań dotyczących wspierania lokalnych tradycji i rękodzieła ludowego na terenie działania Partnerów podczas „Kiermaszów Twórczości Ludowej” – po 1 spotkaniu każdy Partner projektu.
4. Organizacja spotkań dla twórców ludowych w celu wymiany informacji, doświadczeń z zakresu kultywowania tradycji lokalnych, oraz z zakresu kreowania, promocji i marketingu produktu lokalnego na terenie działania Gorczańsko - Pienińskim
5. Organizacja spotkań dla twórców ludowych w celu wymiany informacji, doświadczeń z zakresu kultywowania tradycji lokalnych, oraz z zakresu kreowania, promocji i marketingu produktu lokalnego na terenie działania Podbabiogórza.

6. Opracowanie i wydanie katalogu „Podbabiogórcy i Pienińsko-Gorczańscy twórcy ludowi bogactwem Lokalnych Grup Działania”.
7. Promocja projektu w prasie – 2 artykuły, po 1 artykule każdy Partner projektu

OPIS PROJEKTU

Stowarzyszenie LGD „Podbabiogórze” wraz z partnerem Stowarzyszeniem LGD „Gorce – Pieniny” rozpoczęło realizację projektu współpracy pod nazwą „Lokalni Twórcy Ostoja Dziedzictwa Kulturowego”. Realizacja projektu rozpoczęła się 22.07.2011 r. i trwała do 30.06.2012 r. Odbiorcami projektu byli twórcy ludowi, młodzież, organizacje pozarządowe w tym LGD, a także lokalni przedsiębiorcy i liderzy. W ramach projektu w dniach 6 i 7 sierpnia 2011 r. Stowarzyszenie LGD „Podbabiogórze” uczestniczyło w spotkaniu twórców ludowych w Ochotnicy Górnej i „Kiermaszu Twórczości Ludowej” w Sromowcach Niżnych. Był to wyjazd aktywizujący środowisko twórców lokalnych z terenów podbabiogórza i gorczańsko-pienińskiego mający na celu nawiązanie i wypracowanie metod współpracy. Kolejnym działaniem zrealizowanym w ramach niniejszego projektu współpracy był „Kiermasz Twórczości Ludowej” zorganizowany w dniach 3-4 września 2011 r. na terenie Podbabiogórza w Bieńkówie, w którym z kolei gościli twórców z ziemi gorczańsko – pienińskiej. Podczas „Kiermaszów Twórczości Ludowej” twórcy obu regionów prezentowali swoje wyroby, a licznie zgromadzona publiczność mogła zapoznać się z technikami ich wykonania i degustować potrawy regionalne przygotowane przez Koło Gospodyń Wiejskich. Dodatkową atrakcją dla uczestników były także występy zespołów regionalnych. Kolejną odsłoną realizowanego projektu była organizacja spotkań twórców ludowych zarówno na terenie LGD Gorce-Pieniny” i LGD „Podbabiogórze”. Spotkania twórców ludowych z terenu Podbabiogórza odbyły w 7 gminach tj. Budzów, Bystra-Sidzina, Stryszawa, Jordanów, Maków Podhalański, Zembrzyce, Zawoja w czerwcu br. Spotkanie twórców ludowych miały na celu przekazanie nabytych umiejętności, wymianę informacji, doświadczeń z zakresu kultywowania tradycji lokalnych z zakresu kreowania, promocji i marketingu produktu lokalnego na terenie działania LGD” Podbabiogórze”. Spotkania były kolejnym zadaniem realizowanego projektu współpracy i kontynuacją wymiany doświadczeń zdobytych podczas wyjazdowych spotkań organizowanych w 2011 r. „Kiermasze Twórczości Ludowej”. Podczas spotkań poruszano zagadnienia promocji i marketingu produktu lokalnego, zaś twórcy ludowi, mający bogaty dorobek i doświadczenie w danej dziedzinie rękodziela ludowego prezentowali swoje wyroby, wymieniali się wzajemnie doświadczeniami i nabytymi umiejętnościami. Uczestnicy spotkań mogli podziwiać swoją wzajemną twórczość. Zwieńczeniem projektu było opracowanie i wydanie katalogu „Podbabiogórcy i Pienińsko-Gorczańscy Twórcy Ludowi bogactwem Lokalnych Grup Działania”, w którym przedstawiony został wpływ dziedzictwa kulturowego obszarów LGD na twórczość ludową, przedstawione zostały ważne miejsca z racji dziedzictwa kulturowego każdej z LGD, które mają istotny wpływ na dziedzictwo kulturowe oraz wpływ, jaki wywarł wyjazd twórców na rozwój twórczości ludowej obydwu regionów.

OSIĄGNIĘTE EFEKTY

Wskaźniki produktu:

1. organizacja 1 wyjazdu aktywizującego środowisko twórców lokalnych na teren obszaru działania LGD „Gorce-Pieniny” w celu nawiązania i wypracowania metod współpracy pt. „Kiermasz Twórczości Ludowej”.

2. organizacja 1 wyjazdu aktywizującego środowisko twórców lokalnych na teren obszaru działania LGD „Podbabiogórze” w celu nawiązania i wypracowania metod współpracy pt. „Kiermasz Twórczości Ludowej”.
3. organizacja i przeprowadzenie spotkań dotyczących wspierania lokalnych tradycji i rękodzieła ludowego na terenie działania Partnerów podczas „Kiermaszów Twórczości Ludowej” – po 1 spotkaniu każdy Partner projektu.
4. organizacja spotkań dla twórców ludowych w celu wymiany informacji, doświadczeń z zakresu kultywowania tradycji lokalnych, oraz z zakresu kreowania, promocji i marketingu produktu lokalnego na terenie działania każdego z Partnerów — po 1 spotkaniu każdy Partner projektu.
5. opracowanie i wydanie katalogu „Podbabiogórcy i Pienińsko-Gorczańscy twórcy ludowi bogactwem Lokalnych Grup Działania”. Katalog będzie promocją projektu współpracy w nakładzie po 1000 sztuk na Partnera Projektu,
6. promocja projektu w prasie – 2 artykuły, po 1 artykule każdy Partner projektu.

Wskaźniki rezultatu tj.:

1. nawiązanie więzi i kontaktów pomiędzy dwoma LGD,
2. dystrybucja 2000 szt. katalogu wśród mieszkańców, turystów, ośrodków kultury, punktów informacji turystycznych - promocja regionu,
3. udział 50 osób w warsztatach,
4. udział 1000 osób w imprezach na terenie LGD.





Turystyka

Sport i zdrowie

Edukacja

Produkty lokalne

Ekologia

Tradycja



Lider projektu

Stowarzyszenie LGD „Podbabiogórze”

Partnerzy

Partner zagraniczny: Leader Gränslandet

Obszar

Budzów, Bystra – Sidzina, Jordanów, Stryszawa, Maków Podhalański, Zawoja, Zembrzyce, hrabstwo Södermanland (Gmina Vingåker, Gmina Katrineholm bez centrum miasta Katrineholm) hrabstwo Östergötland (część Gminy Motåla, część Gminy Norrköping, Gmina Finspång bez centrum miasta Finspång) i hrabstwo Örebro (część Gminy Hallsberg, część Gminy Örebro)

Okres realizacji

od 11.07.2011 r. do 30.04.2013 r.

Budżet

242 936,61 zł

TYTUŁ I AKRONIM PROJEKTU WSPÓŁPRACY

Polsko i Szwedzki Szlak Lokalnego Produktu PASTLP

CEL GŁÓWNY

Celem projektu współpracy jest ochrona i wykorzystanie zasobów przyrodniczych, kulturowych i turystycznych w regionie Podbabiogórza i części hrabstw Södermanland, Östergötland i Örebro oraz rozwój różnorodnych form turystyki aktywnej.

CELE SZCZEGÓŁOWE

Celem operacji jest nawiązanie więzi i kontaktów pomiędzy społecznościami lokalnymi LGD ze szczególnym uwzględnieniem twórców lokalnych regionu podbabiogórskiego i części hrabstw Södermanland, Östergötland i Örebro oraz popularyzacja i wzajemna promocja kultury ludowej, dorobku artystycznego, sztuki regionalnej i edukacji obydwu obszarów poprzez udział w wydarzeniach promocyjnych w regionie podbabiogórskim i w regionie działania Leader Gränslandet. Celem operacji jest również organizacja i przeprowadzenie przedsięwzięć promujących tradycje lokalne oraz promocja i rozwój różnorodnych form turystyki aktywnej poprzez opracowanie pakietów turystycznych.

GRUPY DOCELOWE

- Twórcy Ludowi
- Organizacje pozarządowe, w tym LGD
- Sektor prywatny (przedsiębiorcy)
- Lokalni liderzy
- Rodziny rolnicze
- Kobiety
- Mężczyźni
- Młodzież

GŁÓWNE ZADANIA W PROJEKCIE

1. Oznakowanie Polsko i Szwedzkiego Szlaku Lokalnego Produktu – 35 tabliczek
2. Opracowanie tablic informacyjnych o Polsko i Szwedzkim Szlaku Lokalnego Produktu – 8 sztuk
3. Organizacja wyjazdu na teren Katrineholm, region Södermanland, Östergötland i Örebro, Szwecja.
4. Organizacja wyjazdu na teren obszaru działania LGD "Podbabiogórze, region Podbabiogórski, Polska.
5. Wydanie publikacji na temat obiektów dotyczących Polskiego i Szwedzkiego Szlaku Lokalnego Produktu w 3 językach (polski, szwedzki, angielski) po 1000 sztuk każdy z partnerów projektu.
6. Wydanie mapy o Polskim i Szwedzkim Szlaku Lokalnego Produktu po 1000 sztuk każdy z partnerów projektów.
7. Opracowanie pakietów turystycznych (programów pobytu) dla turystów odwiedzających region Podbabiogórza i części hrabstw Södermanland, Östergötland i Örebro.

OPIS PROJEKTU

W ramach I etapu projektu współpracy, który trwał od 5 lipca 2011 do 16 kwietnia 2012 nastąpiła organizacja wyjazdu związanego z realizacją projektu współpracy "Polski i Szwedzki Szlak Produktu Lokalnego" na teren Katrineholm, region Södermanland, Szwecja. Stowarzyszenie LGD „Podbabiogórze” zorganizowało wyjazd związany z realizacją projektu współpracy „Polski i Szwedzki Szlak Produktu Lokalnego” na teren Katrineholm. Podczas wyjazdu uczestnicy obydwóch LGD wytyczali Szlak Produktu Lokalnego na terenie Leader Gränslandet oraz uczestniczyli w spotkaniu dotyczącym dalszej realizacji projektu.

W ramach II etapu projektu współpracy, który trwał od 17 kwietnia 2012 do 29 kwietnia 2013 nastąpiła organizacja wyjazdu na teren obszaru działania LGD "Podbabiogórze, region Podbabiogórski, Polska Leader Gränslandet zorganizowało wyjazd związany z realizacją projektu współpracy „Polski i Szwedzki Szlak Produktu Lokalnego” na teren regionu Podbabiogórskiego. Podczas wyjazdu uczestnicy obydwóch LGD wytyczali Szlak Produktu Lokalnego na terenie obszaru działania LGD "Podbabiogórze” oraz uczestniczyli w spotkaniu dotyczącym dalszej realizacji projektu. Wydano katalog pn. „Polski i Szwedzki Szlaku Lokalnego Produktu” w 3 językach (polski, szwedzki, angielski) w ilości 1000 egz. Wydano mapę o Polskim i Szwedzkim Szlaku Lokalnego Produktu w ilości 1000 egz. Wykonano i zamontowano 8 tablic wiszących dotyczących Polsko-Szwedzkiego Szlaku Lokalnego Produktu” w każdej gminie obszaru działania LGD „Podbabiogórze” w miejscach najbardziej uczęszczanych turystycznie oraz w siedzibie biura LGD „Podbabiogórze”. Wykonano i zamontowano 35 tabliczek informacyjnych na obiektach wchodzących do „Polsko-Szwedzkiego Szlaku Lokalnego Produktu”. Opracowano pakiety turystyczne.

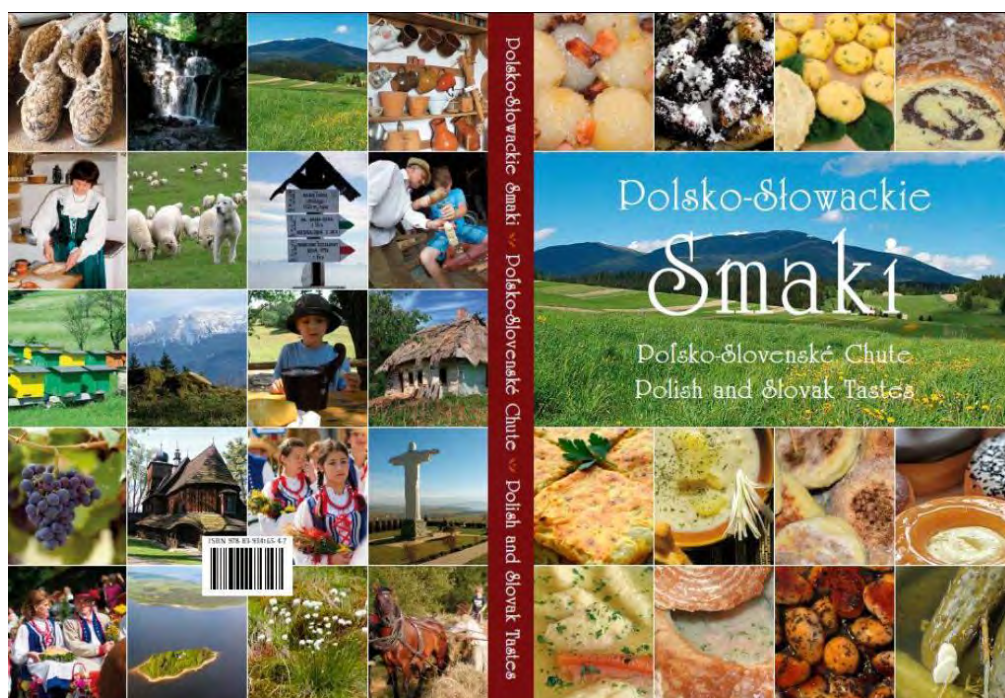
OSIĄGNIĘTE EFEKTY

Osiągnięte efekty:

- Oznakowane 35 obiektów na obszarze działania każdego LGD obrazujących wartości przyrodnicze i kulturowe regionu oraz dorobek jego mieszkańców, Instalacja 8 zestawów tablic informacyjnych przez obu partnerów projektu na obszarach działania LGD „Podbabiogórze” oraz Leader Gränslandet, zawierających mapy obszary LGD „Podbabiogórze” oraz obszaru Leader Gränslandet wraz z naniesionymi punktami szlaku produktu lokalnego,
- Wydanie publikacji w nakładzie 1000 egz. przez każdego z partnerów projektu na temat obiektów dotyczących Polskiego i Szwedzkiego Szlaku Lokalnego Produktu w 3 językach,
- Wydanie mapy o Polskim i Szwedzkim Szlaku Lokalnego Produktu w nakładzie 1000 egz. przez każdego z Partnerów,
- Opracowanie pakietów turystycznych (programów pobytu) dla turystów odwiedzających region Podbabiogórze i części hrabstw Södermanland, Östergötland i Örebro



Turystyka	Sport i zdrowie	Edukacja	Produkty lokalne	Ekologia	Tradycja
-----------	-----------------	----------	------------------	----------	----------



Lider projektu	Stowarzyszenie LGD „Podbabiogórze”
Partnerzy	Pogórzańskie Stowarzyszenie Rozwoju Partnerzy zagraniczni: MAS Babia Hora
Obszar	Budzów, Bystra – Sidzina, Jordanów, Stryszawa, Maków Podhalański, Zawoja, Zembrzyce, Tuchów, Rzepiennik Strzyżewski, Ryglice, Gromnik i Szerzyn, Oravská Polhora, Sihelné, Rabča, Rabčice, Zubrohlava, Bobrov, Klin, Vavrečka, Oravská Jasenica, Oravské Veselé a mesto Námestovo.
Okres realizacji	17.06.2013 r. -29.09.2014 r.
Budżet	184 553,09 zł

TYTUŁ I AKRONIM PROJEKTU WSPÓŁPRACY

Polski i Słowacki Festiwal Smaku PASFOT

CEL GŁÓWNY

Zachowanie dziedzictwa kulturowego poprzez wypromowanie potraw regionalnych z obszaru działania LGD biorących udział w projekcie, wypromowanie obszaru LGD biorących udział w projekcie, w tym obiektów przyrodniczych i kulturowych mających wpływ na sztukę kulinarną, prezentacje dziedzictwa kulturowego oraz aktywizację społeczności lokalnej.

CELE SZCZEGÓŁOWE

1. Kultywowanie tradycji kuchni regionalnej oraz aktywizacja mieszkańców w kierunku zachowania i wykorzystania dziedzictwa kulinarnego poprzez prezentację potraw regionalnych z obszaru działania LGD biorących udział w projekcie podczas festiwalów
2. Zapoznanie uczestników Projektu z charakterystycznymi potrawami regionalnymi Partnerów projektu w trakcie wizyt poprzez organizację warsztatów kulinarnych na terenie działania każdej LGD
3. Informowanie o produktach regionalnych oraz zwiększenie atrakcyjności turystycznej obszaru każdego partnera projektu poprzez wydanie publikacji zawierającej przepisy kucharskie każdego partnera projektu, opis tradycji kulinarnych oraz opis miejsc kulturowych i przyrodniczych każdej z LGD mających wpływ na sztukę kulinarną
4. Wzrost wiedzy uczestników projektu w zakresie charakterystycznych elementów regionów Partnerów projektu, w tym: kultura, przyroda, zwyczaje w trakcie wizyt.

GRUPY DOCELOWE

- Osoby starsze
- Organizacje pozarządowe w tym LGD,
- Lokalni liderzy
- Kobiety
- Mężczyźni
- Młodzież
- Sektor prywatny (przedsiębiorcy)
- KGW
- Turyści
- Rodziny rolnicze
- Lokalni mieszkańcy
-

GŁÓWNE ZADANIA W PROJEKCIE

Opracowano i wydano publikację pn. „Smaki Polski i Słowacji” w 3 językach (polski, słowacki, angielski) w ilości 1000 egz.

Zorganizowano trzy Festiwale Smaku na obszarach Partnerskich LGD: Festiwal Smaku na obszarze Pogórzańskiego Stowarzyszenia Rozwoju 14.06.2014 r., Festiwal Smaku na obszarze MAS Babia Hora 06.07.2014 r. oraz Festiwal Smaku na obszarze LGD Podbabiogórze 24.08.2014 r. Przeprowadzono trzy warsztaty kulinarne dotyczące nauki gotowania potraw

regionalnych charakterystycznych dla danego obszaru LGD, po 1 warsztacie kulinarnym na obszarze partnera projektu. Wydrukowano trzy artykuły dotyczące realizacji projektu współpracy, po 1 jednym na obszarze działania partnera projektu współpracy.

OPIS PROJEKTU

LGD uczestniczące w ramach projektu współpracy zrealizowały następujące zadania:

1. Wydanie publikacji na temat potraw regionalnych każdego partnera projektu, opis tradycji kulinarnych oraz opis miejsc kulturowych i przyrodniczych każdej z LGD mających wpływ na sztukę kulinarną w 3 językach (polski, słowacki, angielski) w nakładzie 3000 szt. (1000 sztuk dla Pogórzańskiego Stowarzyszenia Rozwoju oraz 1000 szt. dla LGD Podbabiogórze, 1000 sztuk MAS Babia Hora).
2. Zorganizowano wyjazdów na teren obszaru działania LGD "Podbabiogórze", „Pogórzańskie Stowarzyszenie Rozwoju” i MAS „Babia Hora” i zorganizowano Festiwal Smaku na terenie działania „LGD Podbabiogórze”, „Pogórzańskie Stowarzyszenie Rozwoju” i MAS „Babia Hora”.

Festiwale zostały przeprowadzone jako imprezy towarzyszące podczas dużych imprez kulturalnych w trakcie których nastąpiła promocja publikacji. Miały na celu nie tylko nawiązanie współpracy pomiędzy organizacjami pozarządowymi, ale również wzajemne przekazywanie umiejętności dotyczących sztuki kulinarnej. Podczas festiwali kulinarnych zostały zorganizowane stoiska promujące lokalne dziedzictwo kulinarne każdego regionu z LGDów biorących udział w projekcie. Podczas wyjazdu zostały przeprowadzone także warsztaty kulinarne.

Festiwale miały charakter kultywowania dziedzictwa kulturowego jakim niewątpliwie jest kuchnia regionalna. W ramach festiwali zaprezentowano potrawy pochodzące z obszarów działania partnerów projektu współpracy. Poszczególni reprezentanci LGD przygotowali charakterystyczne potrawy regionalne, które były prezentowane podczas festiwali. Uczestnicy festiwali (mieszkańcy, turyści, miłośnicy kuchni i potraw regionalnych) mieli możliwość poznania tradycyjnych przepisów, degustacji potraw oraz porozmawiania z osobami – kucharkami – które jeszcze pamiętają tradycyjne formy kulinarne i przepisy. Prezentacja potraw z trzech obszarów na jednym wydarzeniu pozwoliła osiągnąć szeroki efekt promocyjny, informacyjny, który wpłynął na zachowanie dziedzictwa kulturowego. Zorganizowane festiwale na terenie partnerów z udziałem wszystkich trzech reprezentacji LGD, pozwoliły uczestnikom imprez na porównanie potraw i przepisów. Przedstawiły różnice i podobieństwa w składzie i technice przygotowania potraw.

OSIĄGNIĘTE EFEKTY

Wskaźniki produktu realizowanej operacji:

1. Organizacja trzech Festiwalów Smaków na terenie obszaru działania LGD "Podbabiogórze, Pogórzańskie Stowarzyszenie Rozwoju i MAS Babia Hora.
2. Przeprowadzenie 3 warsztatów kulinarnych na terenie obszaru działania LGD "Podbabiogórze, Pogórzańskie Stowarzyszenie Rozwoju i MAS Babia Hora, sposób pomiaru.
3. Opracowanie i wydanie publikacji "Smaki Polski i Słowacji" w nakładzie 3 tysięcy egzemplarzy, po 1000 sztuk na każdego Partnera projektu.
4. Promocja projektu w prasie - 3 artykuły, po 1 artykule na każdego partnera projektu.

Wskaźniki rezultatu operacji:

- liczba osób, które podniosły swoje umiejętności poprzez uczestnictwo w warsztatach kulinarnych - 135 osób.
- liczba osób biorących udział w imprezach na terenach LGD - 1500 osób.
- liczba osób, która uzyskała wiedzę o regionach partnerskich LGD i tradycjach kulinarnych tych regionów - 3000 osób (dystrybucja 3000 szt. publikacji o regionach partnerskich LGD i tradycjach kulinarnych tych regionów).





Turystyka

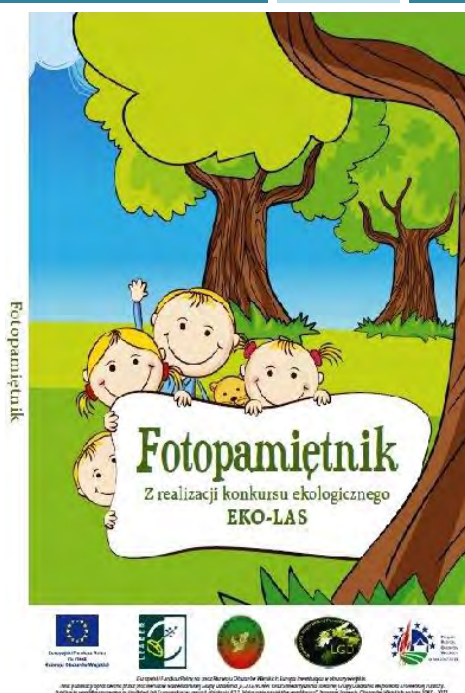
Sport i zdrowie

Edukacja

Produkty lokalne

Ekologia

Tradycja



Lider projektu

Nadwiślańska Grupa Działania „E.O.CENOMA”

Partnerzy

Lokalna Grupa Działania Stowarzyszenie Wspólnota Królewskiej Puszczy

Obszar

Nadwiślańska Grupa Działania „E.O.CENOMA” Gminy: Bochnia, Drwinia, Kazimierza Wielka, Rzeszawa, Koszyce, Szczurowa, Nowe Brzesko,
LGD Stowarzyszenie Wspólnota Królewskiej Puszczy: Gminy: Niepołomice, Kłaj.

Okres realizacji

IV 2012 – IX 2013

Budżet

Nadwiślańska Grupa Działania „E.O.CENOMA”
83 986,12 zł
LGD Stowarzyszenie Wspólnota Królewskiej Puszczy
56 765,00 zł
RAZEM: 140 751,12 zł

TYTUŁ I AKRONIM PROJEKTU WSPÓŁPRACY

Konkurs Ekologiczny EKO-LAS KEEL

CEL GŁÓWNY

Celem ogólnym projektu jest krzewienie i propagowanie świadomych postaw ekologicznych wśród młodzieży z obszarów partnerskich LGD, integracja młodzieży z terenów partnerskich LGD oraz promocja poprawnych zachowań społecznych służących ochronie lokalnego środowiska naturalnego poprzez naukę i wytworzenie poczucia odpowiedzialności za otaczającą przyrodę.

CELE SZCZEGÓŁOWE

Organizacja i przeprowadzenie konkursu o charakterze proekologicznym, organizacja obozu szkoleniowo-edukacyjnego o charakterze ekologicznym oraz wydanie fotopamiętnika.

GRUPY DOCELOWE

Lokalni mieszkańcy, młodzież.

GŁÓWNE ZADANIA W PROJEKCIE

- Promocja konkursu wśród szkół z terenów partnerskich LGD
- Rekrutacja i ogłoszenie konkursu ekologicznego „EKO-LAS”
- Ocena prac konkursowych wraz z rozstrzygnięciem konkursu
- Wyjazd laureatów konkursu na obóz edukacyjno-szkoleniowy o tematyce ekologicznej
- Techniczne opracowanie i wydanie fotopamiętnika.

OPIS PROJEKTU

Celem ogólnym projektu było krzewienie i propagowanie świadomych postaw ekologicznych wśród młodzieży z obszarów partnerskich LGD, integracja młodzieży z terenów partnerskich LGD oraz promocja poprawnych zachowań społecznych służących ochronie lokalnego środowiska naturalnego poprzez naukę i wytworzenie poczucia odpowiedzialności za otaczającą przyrodę.

Realizacja projektu posłużyła na opracowanie ciekawych i skutecznych pomysłów służących ochronie lokalnego środowiska naturalnego, utrwaleniu i zastosowaniu w praktyce prawidłowych i pozytywnych zachowań pro-ekologicznych wśród młodzieży z terenów partnerskich LGD.

Konkurs ekologiczny EKO-LAS”, którego celem było zachęcenie młodzieży do kreatywnego tworzenia pomysłów na postawy pro-ekologiczne, ogłoszony został w szkołach w pierwszych dniach roku szkolnego 2012/2013. W wyniku procedury rekrutacyjnej do udziału w konkursie zakwalifikowały się 22 szkoły z terenów partnerskich LGD. Łącznie w ramach konkursu napłynęło 199 prac, z czego z terenu Nadwiślańskiej Grupy Działania „E.O.CENOMA” 74 i z obszaru Lokalnej Grupy Działania Stowarzyszenia Wspólnota Królewskiej Puszczy 121. Członkowie powołanej w celu oceny prac Komisji Konkursowej wyłonili 42 laureatów, spośród których przyznali trzy pierwsze miejsca oraz 39 wyróżnień. Ta grupa dzieci zakwalifikowała się również do wyjazdu na obóz edukacyjno-szkoleniowy o tematyce ekologicznej do

Mielnika. Rozstrzygnięcie konkursu odbyło się na Zamku Królewskim w Niepołomicach, podczas którego uczniom znajdującym się na podium wręczono nagrody rzeczowe, natomiast wszyscy wyróżnieni przez komisję laureaci otrzymali VOUCHER, czyli czek podróży na pięciodniowy wyjazd o tematyce ekologicznej do Mielnika – Puszcza Białowieska.

Obóz odbył się w dniach od 3 – 7 czerwca 2013 roku.

Podczas tych 5 dni laureaci konkursu w sposób ciekawy i czynny pogłębili swoją wiedzę w temacie przyrody i jej ochrony, stając się postaciami dobrych praktyk związanych z ekologią.

Wydanie fotopamiętnika prezentującego przebieg realizacji projektu, prac konkursowych oraz relacji z obozu posłużył promocji postaw pro-ekologicznych wśród dzieci i młodzieży.

OSIĄGNIĘTE EFEKTY

Wskaźniki produktu:

- Liczba zaangażowanych szkół do realizacji projektu (22 szkoły),
- Liczba złożonych prac konkursowych (199),
- Liczba uczestników obozu szkoleniowo-edukacyjnego (42 uczestników),
- Liczba wydanych egzemplarzy fotopamiętnika promującego realizację projektu (600 sztuk).

Wskaźniki rezultatu:

- wzrost i pobudzenie świadomości ekologicznej i znaczenia konieczności ochrony środowiska naturalnego wśród mieszkańców partnerskich LGD, w tym ludzi młodych.

2012-11-09

Aktualności / Uroczyste rozstrzygnięcie konkursu "EKO-LAS" i wyróżnienie dla uczennicy Patrycji Kaczmarczyk

W dniu 29 października 2012 r. na Zamku w Niepołomicach odbyło się uroczyste rozstrzygnięcie konkursu plastycznego pn. „EKO-LAS” realizowanego w ramach projektu współpracy pomiędzy Nadwiślańską Grupą Działania „E.O.CENOMA”, a Lokalną Grupą Działania Stowarzyszeniem Wspólnota Królewskiej Puszczy, któremu towarzyszyła wystawa wyróżnionych prac.



Elementem łączącym obie lokalne grupy działania jest Puszcza Niepołomska, i to właśnie ten wielki rezerwat przyrody stał się tematem przewodnim ww. konkursu, a tym samym prac plastycznych uczniów klas V szkół podstawowych. Celem który, przyświecał całemu projektowi było krzewienie i propagowanie świadomych postaw ekologicznych wśród dzieci oraz promocja poprawnych zachowań i zapatrywań społecznych służących ochronie lokalnego środowiska naturalnego poprzez naukę i wytworzenie poczucia odpowiedzialności za otaczającą przyrodę.



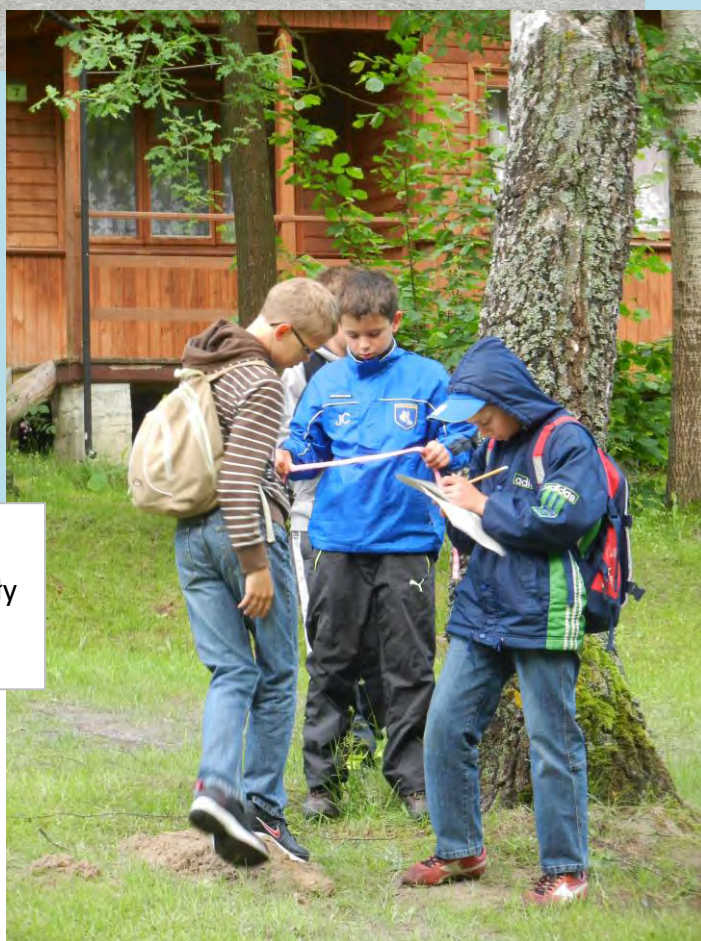
Uroczyste rozstrzygnięcie konkursu na Zamku Królewskim w Niepołomicach

Praca złożona w ramach „Konkursu ekologicznego EKO-LAS” – I Miejsce





Laureaci konkursu na obozie edukacyjno-szkoleniowym o tematyce ekologicznej w Mielniku – Puszczy Białowieskiej



Zajęcia w Topolinie –dzieci poznawały roślinność doliny rzeki Bug i obserwowały przyrodę



Turystyka	Sport i zdrowie	Edukacja	Produkty lokalne	Ekologia	Tradycja
-----------	-----------------	----------	------------------	----------	----------



Lider projektu	Lokalna Grupa Działania Stowarzyszenie Wspólnota Królewskiej Puszczy
Partnerzy	Zielony Pierścień Tarnowa Stowarzyszenie „Kwartet na Przedgórzu” Nadwiślańska Grupa Działania „E.O.CENOMA”
Obszar	LGD Stowarzyszenie Wspólnota Królewskiej Puszczy Gminy: Niepołomice, Kłaj Nadwiślańska Grupa Działania „E.O.CENOMA” Gminy: Szczurowa, Rzezawa, Nowe Brzesko, Bochnia, Kazimierza Wielka, Koszyce, Drwinia Stowarzyszenie „Kwartet na Przedgórzu” Gminy: Borzęcin, Radłów, Brzesko, Dębno Zielony Pierścień Tarnowa Gminy: Lisia Góra, Skrzyszów, Wietrzychowice i Żabno
Okres realizacji	X 2011 – III 2013
Budżet	Lokalna Grupa Działania Stowarzyszenie Wspólnota Królewskiej Puszczy : 21 306, 83 zł Nadwiślańska Grupa Działania „E.O.CENOMA”: 21 067, 76 zł Stowarzyszenie „Kwartet na Przedgórzu”: 25 576, 95 zł Zielony Pierścień Tarnowa: 10 646, 77 zł

TYTUŁ I AKRONIM PROJEKTU WSPÓŁPRACY

Bursztynowy Szlak Rowerowy BSR

CEL GŁÓWNY

Rozwój i promocja produktów turystyki aktywnej w oparciu o wykorzystanie lokalnych zasobów dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego poprzez wytyczenie i oznakowanie szlaku rowerowego.

CELE SZCZEGÓŁOWE

1. Poprawa infrastruktury turystycznej poprzez wytyczenie i oznakowanie szlaku rowerowego w trakcie trwania projektu;
2. Poprawa bazy wypoczynkowej poprzez budowę miejsc wypoczynku oraz
3. Promocja szlaku rowerowego poprzez wydanie folderu/mapki.

GRUPY DOCELOWE

Lokalni mieszkańcy, turyści, kobiety, mężczyźni, młodzież.

GŁÓWNE ZADANIA W PROJEKCIE

- Przygotowanie projektów organizacji ruchu drogowego (projekt oznakowania szlaku w granicach poszczególnych partnerów)
- Oznakowanie szlaku tabliczkami,
- Oznakowanie szlaku farbą,
- Wykonanie i montaż drogowiskazów,
- Wykonanie i montaż tablic informacyjnych.
- Montaż miejsc wypoczynkowych.

OPIS PROJEKTU

Realizacja założonych w projekcie celów umożliwiła kompleksowe wykorzystanie lokalnych zasobów kulturowych, przyrodniczych i turystycznych w oparciu o zastosowanie nowego produktu turystycznego, jakim jest wytyczenie i oznakowanie szlaku rowerowego, który jest częścią historycznego Bursztynowego Szlaku.

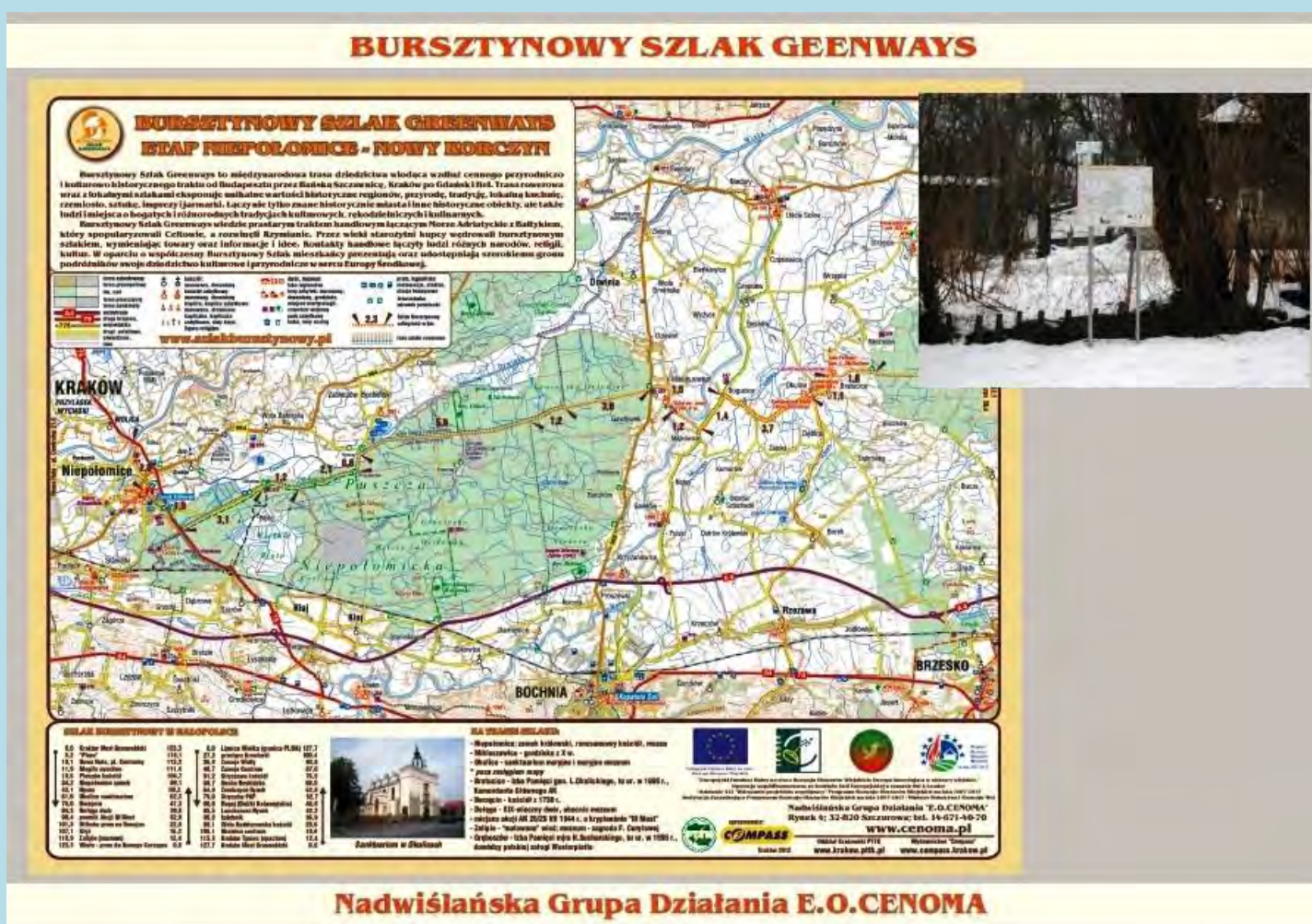
Innowacyjność projektu polega na połączeniu turystyki z rekreacją. Turyści korzystający ze szlaku mogą uprawiając sport poznać lokalne walory przyrodnicze, kulturowe i historyczne. Pomimo, iż samo połączenie turystyki z rekreacją jest rozwiązaniem znanym zarówno w Polsce jak i na świecie nigdy nie było wykorzystywane na terenie, na którym będzie przebiegał planowany szlak rowerowy. Ponadto "Bursztynowy Szlak Rowerowy" jest fragmentem międzynarodowego szlaku rowerowego biegnącego z Budapesztu przez Węgry, Słowację i Polskę, aż do Gdańska. Przebieg szlaku oraz jego nazwa nawiązują do starożytnego bursztynowego szlaku łączącego Rzym z wybrzeżem Bałtyku. Szlak powstał w ramach tzw. zielonych szlaków Greenways. Jest to nowatorskie podejście do rozwoju rekreacji i turystyki na terenie partnerów projektu i jako takie należy je uznać za innowacyjne. Powstanie szlaku przyczyni się do rozwoju turystyki. Stworzone zostały warunki do powstawania gospodarstw

agroturystycznych. Stworzony został nowy rodzaj usług niewystępujący dotąd na terenie, na którym powstanie szlak rowerowy.

OSIĄGNIĘTE EFEKTY

Wskaźniki produktu: wytyczenie i oznakowanie szlaku rowerowego o długości 71,2 km, budowa 3 miejsc wypoczynkowych, przygotowanie i wydrukowanie folderu/mapki promującej wytyczony szlak rowerowy wraz z opisem lokalnych atrakcji w liczbie 6000 sztuk.

Wskaźniki rezultatu: wzrost świadomości mieszkańców nt. wytyczonego szlaku rowerowego – rejestr wysłanych mapek do osób zainteresowanych aktywną turystyką.



Tablica informacyjna z mapą Bursztynowego Szlaku Rowerowego zamontowana z miejscowości Mikuszowice (Nadwiślańska Grupa Działania „E.O.CENOMA”)

BURSZTYNOWY SZLAK GREENWAYS

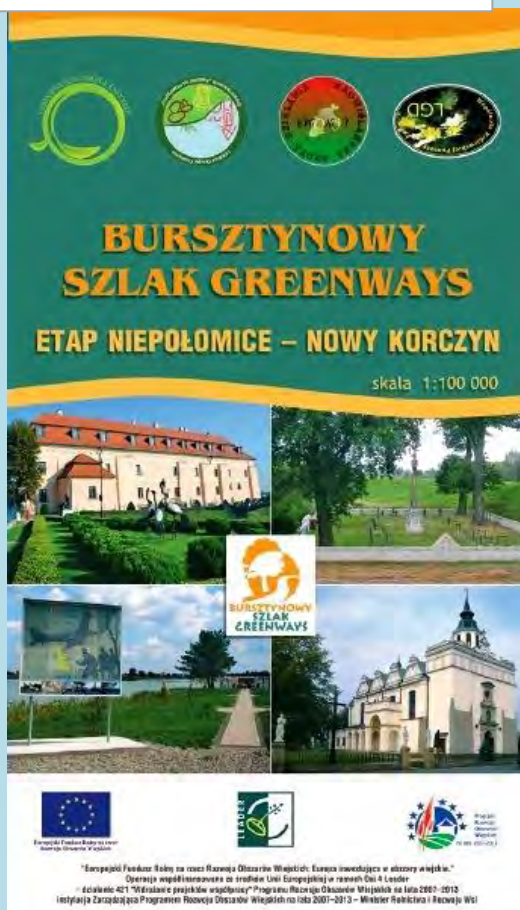


Miejsce wypoczynkowe i jego elementy zamontowane na trasie przebiegu BSR w miejscowości Bratucice



Nadwiślańska Grupa Działania E.O.CENOMA

Informator turystyczny w formie mapy obrazujący przebieg szlaku opracowany i wydrukowany w ramach projektu



Tablica informacyjna i oznakowanie BSR w miejscowości Dołęga (Nadwiślańska Grupa Działania „E.O.CENOMA”).

Turystyka	Sport i zdrowie	Edukacja	Produkty lokalne	Ekologia	Tradycja
					
Lider projektu	Nadwiślańska Grupa Działania „E.O.CENOMA”				
Partnerzy	Stowarzyszenie Rozwoju Spisza i Okolicy				
Obszar	Nadwiślańska Grupa Działania „E.O.CENOMA” : Bochnia, Drwinia, Kazimierza Wielka, Rzezawa, Koszyce, Szczurowa, Nowe Brzesko, Stowarzyszenie Rozwoju Spisza i Okolicy: Nowy Targ, Bukowina Tatrzańska, Łapsze Niżne				
Okres realizacji	IX 2010 – IV 2011				
Budżet	Ze strony Nadwiślańskiej Grupy Działania „E.O.CENOMA” 51 240, 88 zł				

TYTUŁ I AKRONIM PROJEKTU WSPÓŁPRACY

Odkrywanie wartości produktów lokalnych od Wisły po Spisz jako zasobów rozwoju dziedzictwa kulturowego OwploWpSjzrdk

CEL GŁÓWNY

Promocja i wzrost atrakcyjności regionów partnerskich w oparciu o lokalne produkty turystyczne.

CELE SZCZEGÓŁOWE

- promowanie rozwoju przedsiębiorczości i alternatywnych form zarabiania,
- integracja i współpraca wytwórców produktów lokalnych,
- kreowanie produktów turystycznych opartych o lokalne zasoby i wzrost atrakcyjności turystycznej obszaru Partnerskich LGD poprzez kreowanie i promocję lokalnych produktów oraz promocję partnerstwa jako sposobu podnoszenia wiedzy i aktywizacji mieszkańców.

GRUPY DOCELOWE

Organizacje pozarządowe, w tym LGD, sektor prywatny (przedsiębiorcy), lokalni mieszkańcy, turyści, inni (rzemieślnicy, twórcy ludowi, Gminne Ośrodki Kultury).

GŁÓWNE ZADANIA W PROJEKCIE

- Organizacja i promocja wydarzenia pn.: „Pomysł na produkt lokalny”
- Wykonanie tablic naściennych ze szlakiem produktu lokalnego Partnerskich LGD

OPIS PROJEKTU

Realizacja projektu rozpoczęła się od ogłoszenia konkursu na „Pomysł na produkt lokalny”. Stowarzyszenie rozpowszechniło informacje o konkursie poprzez ogłoszenia prasowe, internetowe, druk i kolportaż plakatów i ulotek oraz przekaz słowny. W wyniku procedury konkursowej do biura Stowarzyszenia wpłynęło 56 zgłoszeń z pomysłami na produkty lokalne w kategoriach: inne wytwory, produkty spożywcze, usługi i przedsięwzięcia kulturalno-edukacyjne, które były zgodne z regulaminem konkursu. Po zakończeniu konkursu dokonano oceny złożonych formularzy, czym zajęła się, powołana w tym celu, komisja konkursowa. W jej skład weszli specjaliści w swoich dziedzinach: muzycy, plastycy i regionalista - sędzia konkursów kulinarnych. Członkowie komisji zaznajomili się z propozycjami produktów lokalnych zaproponowanych przez uczestników konkursu z gmin członkowskich Stowarzyszenia. Rozstrzygnięcie konkursu nastąpiło w trakcie dwudniowego wydarzenia kulturalno-promocyjnego pn. „Dni produktu lokalnego” w Kazimierzy Wielkiej (na terenie Nadwiślańskiej Grupy Działania „E.O.CENOMA”) oraz w Niedzicy (teren Stowarzyszenia Rozwoju Spisza i Okolicy). Impreza została wypromowana poprzez zamieszczenie ogłoszeń w prasie i na portalach internetowych, druk plakatów i ulotek promocyjnych. W trakcie trwania

„Dni produktu lokalnego” – imprezy otwartej dla publiczności członkowie komisji przyglądali się i degustowali zgłoszone produkty, które prezentowali uczestnicy konkursu. Produkty wyróżnione przez członków komisji zostały nagrodzone statuetkami i dyplomami. Na zakończenie projektu wydano publikację zawierającą zgłoszone pomysły na produkt oraz mapy ze szlakiem produktów lokalnych z terenu Nadwiślańskiej Grupy Działania „E.O.CENOMA”.

Projekt stworzył nowe sposoby zaangażowania lokalnych społeczności poprzez nawiązanie współpracy z lokalnymi twórcami, organizację i uczestnictwo w konkursie na produkt lokalny oraz dni produktu lokalnego. Efektem projektu jest utworzenie szlaku produktu lokalnego oraz wybór produktów pod ich certyfikację. Ponadto projekt przyczynił się do animacji społeczności lokalnych dla wspólnej jego realizacji. Wybiega to poza ramy definicji wymiany doświadczeń zwłaszcza, że podobny projekt nigdy nie był realizowany na terenach partnerskich LGD.

OSIĄGNIĘTE EFEKTY

- Liczba zgłoszonych produktów lokalnych
- Organizacja wydarzenia pn. „Dni Produktu Lokalnego”
- Wydanie publikacji „Produkt lokalny od Wisły po Spisz”
- Wykonanie tablic „Szlaku Produktu Lokalnego”.



Publikacja pn.: „Produkt lokalny od Wisły po Spisz” wydana w ramach projektu współpracy



Osoby zaangażowane w organizację oraz uczestniczące w konkursie „Pomysł na produkt lokalny” podczas „Dni produktu lokalnego” w Kazimierzy Wielkiej



Wręczenie statuetek laureatom konkursu „Pomysł na produkt lokalny”



Jedno z KGW prezentujące swój „Pomysł na produkt lokalny” w kategorii „produkty spożywcze”



Produkt lokalny w kategorii „inne wytwory” - Rzeźby solne, drewniane i malarstwo



„Dni Produktu Lokalnego” w Kazimierzy Wielkiej – przegląd zespołów artystycznych zgłoszonych do konkursu „Pomysł na produkt lokalny”

Turystyka	Sport i zdrowie	Edukacja	Produkty lokalne	Ekologia	Tradycja
-----------	-----------------	----------	------------------	----------	----------



Lider projektu	Gościniec 4 Żywiołów
Partnerzy	Nadwiślańska Grupa Działania „E.O.CENOMA” Stowarzyszenie Przyjazna Dolina Raby
Obszar	Gościniec 4 Żywiołów – Gminy: Kalwaria Zebrzydowska, Lanckorona, Mucharz, Stryszów, Nadwiślańska Grupa Działania „E.O.CENOMA” – Gminy: Bochnia, Drwinia, Kazimierza Wielka, Rzezawa, Koszyce, Szczurowa, Nowe Brzesko, Stowarzyszenie Przyjazna Dolina Raby – Gminy: Raba Wyżna, Rabka Zdrój, Spytkowice.
Okres realizacji	III 2013 – IV 2014
Budżet	Gościniec 4 Żywiołów; 45 637,70 Nadwiślańska Grupa Działania „E.O.CENOMA”: 58 271,63 Przyjazna Dolina Raby: 41 559,85 SUMA: 145 469,18

TYTUŁ I AKRONIM PROJEKTU WSPÓŁPRACY

Wioski tematyczne pomysłem na innowacyjne produkty turystyki wiejskiej WTPnIPTW

CEL GŁÓWNY

Zachowanie i wykorzystanie zasobów dziedzictwa kulturowo- przyrodniczego obszarów współpracujących w kierunku rozwoju i promocji lokalnej przedsiębiorczości wiejskiej wszystkich 3 obszarów LGD.

CELE SZCZEGÓŁOWE

Wykreowanie i wypromowanie nowych produktów turystycznych oraz zwiększenie aktywności mieszkańców.

GRUPY DOCELOWE

Organizacje pozarządowe w tym LGD, lokalni liderzy, rodziny rolnicze, lokalni mieszkańcy, nowo osiedleni mieszkańcy, bezrobotni.

GŁÓWNE ZADANIA W PROJEKCIE

1. organizacja warsztatów/szkoleń dla przedstawicieli wiosek i osób zaangażowanych:

- spotkań informacyjno-szkoleniowych
- dwudniowych warsztatów w Lanckoronie
- warsztatów na terenie poszczególnych wsi
- warsztatów – uczenia się w działaniu
- jednodniowych warsztatów z udziałem leaderów

2. testowanie wypracowanej oferty

3. opracowanie strategii rozwoju sieci wiosek

4. opracowanie, druk i tłumaczenie katalogu

5. film instrukcyjno-promocyjny

6. organizacja konferencji podsumowującej projekt

7. opracowanie podstrony www.

OPIS PROJEKTU

Celem projektu było stworzenie początków sieci 6 wiosek tematycznych (po dwie z terenu każdej Lokalnej Grupy Działania) i wypracowanie dla nich załączków oferty turystycznej. Oferta miała być przykładem nowego typu turystyki, związanego z gospodarką wiedzy i doznań. Jej przygotowanie przyczyniło się do podniesienia atrakcyjności wiosek oraz uzyskania dodatkowych przychodów dla mieszkańców. Projekt adresowany był do wszystkich chętnych mieszkańców wybranych miejscowości chcących wzmocnić życie społeczne wsi i pozyskać dodatkowe źródło dochodu. W jego ramach zostały opracowane i wstępnie sprawdzone produkty turystyczne wsi. Podstawą tych produktów były zasoby kulturowe, historyczne, przyrodnicze i społeczne wsi. W trakcie działań projektowych wstępnie zinterpretowano przestrzeń wsi, opracowano scenariusze zajęć i koncepcje wyposażenia miejsc do ich prowadzenia.

W ramach projektu pod okiem ekspertów przeprowadzone zostało testowanie wypracowanych ofert w poszczególnych wioskach. Na podstawie wspólnie opracowanych scenariuszy, przedstawiciele wiosek wraz z grupami dzieci z okolicznych szkół mogli sprawdzić teorie w praktyce. Zajęcia odbyły się pozytywnym echem wśród dzieci oraz ich wychowawców, co zachęciło i zmotywowało liderów wiosek do doskonalenia warsztatów.

W celu promocji ofert turystycznych, w ramach projektu opracowano ulotki. Po jednej ulotce z każdej miejscowości znajduje się we wspólnym katalogu promocyjnym. Ponadto informację na temat sieci wiosek widnieją na utworzonych podstronach internetowych, które można znaleźć odwiedzając strony poszczególnych partnerów projektu. Dodatkową formą promocji wykreowaną w projekcie jest film instrukcyjno-promocyjny. Powstał on na bazie szeregu przeprowadzonych warsztatów z mieszkańcami wiosek i stanowi swego rodzaju pomoc dydaktyczną dla innych osób, mających pomysł na wykorzystanie zasobów swoich miejscowości.

Ważnym aspektem projektu jest połączenie ofert wszystkich wiosek w postaci sieciowego produktu turystycznego o nazwie „Od Krakowiaków do Górali” i ich wspólna promocja. Dla połączonych ofert została opracowana strategia rozwoju na kolejne lata.

OSIĄGNIĘTE EFEKTY

Rezultatem projektu jest:

1. wykreowanie i wypromowanie nowych produktów turystycznych oraz zwiększenie aktywności mieszkańców
2. utworzenie 6 wiosek tematycznych,
3. stworzenie 6 ofert turystycznych dla różnych odbiorców,
4. stworzenie 6 miejsc/ przystanków prezentacji danej wioski tematycznej,
5. opracowanie 6 scenariuszy tworzenia produktu lokalnego,
6. utworzenie sieci wiosek biorących udział w projekcie,
7. opracowanie wspólnej strategii promocji sieci 6 wiosek tematycznych,
8. utworzenie 3 podstron www,
9. nagranie 1 filmu instrukcyjno-promocyjnego 20 min,
10. wydanie katalogu promocyjnego w ilości 3000 szt.

W ramach realizacji projektu współpracy stworzonych zostanie 6 wiosek tematycznych oraz podstaw ich funkcjonowania jako ofert turystycznych poprzez przygotowanie koncepcji i wstępne wdrożenie produktów turystycznych wykorzystujących zasoby społeczne, historyczne, kulturowe, rolnicze, przyrodnicze i turystyczne wsi w sposób twórczy i nowatorski. Zadania realizowane podczas projektu to:

- wyłonienie 6 wiosek z terenu 3 LGD
- 6 spotkań informacyjno-szkoleniowych
- 1 dwudniowe warsztaty szkoleniowe w Lanckoronie dla wszystkich uczestników
- 6 warsztatów na terenie poszczególnych wsi
- 6 trzydniowych warsztatów uczenie się w działaniu
- 6 spotkań „Testowanie wypracowanej oferty” (poprzez zorganizowanie otwartych warsztatów, imprezy, wydarzenia zawartego już w ofercie danej wioski tematycznej, opracowanie scenariuszy tworzenia produktu lokalnego)

- 1 jednodniowe warsztaty z udziałem liderów (jak rozwijać i zarządzać danymi ofertami turystycznymi, jak je sprzedawać)
- podpisanie porozumienia w sprawie utworzenia Sieci wiosek tematycznych
- opracowanie wspólnej strategii promocji naszej sieci wiosek tematycznych
- wydanie katalogu promującego ofertę sieci wiosek tematycznych (3000 tys. szt.)
- przygotowanie 20 min. filmu instrukcyjno-promocyjnego nt. naszych wiosek tematycznych
- przeszkolenie 2 osób z zakresu filmowania
- utworzenie 3 podstron www w celu promocji sieci wiosek tematycznych
- konferencja promująca projekt oraz promująca ofertę sieci wiosek tematycznych

Poprzez pracę z wybranymi sześcioma wsiami, w których prowadzone będą działania animacyjno-szkoleniowe zostaną opracowane metodą aktywną i partycypacyjną produkty turystyczne oparte na gospodarce wiedzy, twórczości i emocji. Zostanie wstępnie zinterpretowana przestrzeń wsi, opracowana koncepcja wyposażenia miejsc do prowadzenia zajęć tak, żeby stało się to podstawą do starania się o dalsze środki finansowe. Liderzy poszczególnych wiosek będą wzajemnie uczyć się od siebie, do czego szczególnie przyczynią się wzajemne wizyty szkoleniowe na terenie poszczególnych LGD uczestniczących w projekcie.

Wspólny projekt pozwoli też na rozłożenie kosztów, gwarantując pozyskanie najlepszych fachowców w tym zakresie, tym dr Wacława Idziaka – największego specjalisty, autora pierwszych wiosek tematycznych w Polsce. ważnym celem będzie połączenie ofert wszystkich wiosek w postaci sieciowego produktu turystycznego (sieć wiosek tematycznych) i ich wspólna promocja. Wspólna promocja będzie miała większy efekt oddziaływania niż oferty poszczególnych wiosek, szczególnie przyczyni się do promocji wiosek z jednego obszaru LGD na obszarze pozostałych LGD – partnerów projektów (warsztaty na terenie poszczególnych wsi z udziałem osób z innych wiosek/LGD biorących udział w projekcie) . Oferta z jednej wioski może okazać się za mało atrakcyjna (ze względu na skalę), aby spowodować decyzję np. turysty z Krakowa do odwiedzenia danego miejsca – co innego, gdy można zaplanować pobyt w kilku miejscach.

Posumowaniem projektu będzie wydanie katalogu składającego się z okładki i broszur promocyjnych każdej miejscowości tematycznej. Utworzone zostaną podstrony na stronach internetowych poszczególnych LGD biorących udział w projekcie – prezentujących projekt. Dla każdego LGD przygotowana zostanie strategia rozwoju wiosek tematycznych na lata 2014-2015.

W ramach upowszechniania projektu planuje się realizację filmu instrukcyjno- promocyjnego dokumentującego proces tworzenia produktów turystyki wiejskiej. Film będzie częściowo realizowany w trakcie szkoleń przez uczestników oraz częściowo przez profesjonalnego operatora, który opracuje zgromadzony materiał wg scenariusza przygotowanego wspólnie z ekspertem ds. rozwoju wsi. Czas trwania filmu – 20 minut.

Celem główny projektu jest: Zachowanie i wykorzystanie zasobów dziedzictwa kulturowo-przyrodniczego obszarów współpracujących w kierunku rozwoju lokalnej przedsiębiorczości wiejskiej wszystkich 3 obszarów LGD.

Wskaźnikiem celu głównego jest– liczba nowych turystów która zostanie zbadana przy pomocy ankiety i statystyki prowadzonej przez poszczególne wioski. Założono, iż liczba nowych turystów w utworzonych wioskach/ uczestniczących w projekcie; w ciągu roku wyniesie 100 osób.

Celem szczegółowym projektu jest: wykreowanie i wypromowanie nowych produktów turystycznych oraz zwiększenie aktywności mieszkańców

Wskaźnikiem do celu szczegółowego jest: ilość produktów to 6 wiosek tematycznych, stworzonych 6 ofert turystycznych dla różnych odbiorców, stworzonych 6 miejsc/przystanków prezentacji danej wioski tematycznej, opracowanych 6 scenariuszy tworzenia produktu lokalnego, sieć wiosek biorących udział w projekcie, wspólna strategia promocji sieci 6 wiosek tematycznych, utworzone 3 podstrony www, nagrany 1 film instrukcyjno-promocyjny 20 min, katalogu promocyjny w ilości 3000 szt.

Wskaźnikami zwiększenia aktywności mieszkańców będzie liczba osób, które ukończyły szkolenia z pozytywnym wynikiem i otrzymały certyfikaty 90 osób (wskaźnik będzie zmierzony za pomocą list obecności).

Projekt jest projektem związanym z wspólnym wykreowaniem, a następnie marketingiem produktów turystycznych jakimi są wioski tematyczne.

Oprócz korzyści dla poszczególnych LGD (aktywizacja mieszkańców, zmiana wizerunku miejsca, stworzenie oferty turystycznej, przygotowanie lokalnych liderów) najważniejszymi korzyściami są te które są wynikiem wspólnych działań. Organizacja wspólnych warsztatów przynosi takie korzyści jak choćby:

- wymiana doświadczeń (uczenie się od siebie nawzajem),
- powstanie dodatkowej motywacji do nabycia wiedzy i doświadczenia np. poprzez element rywalizacji, który może wykreować prowadzący warsztaty czy
- nawiązywanie przez uczestników warsztatów kontaktów dwustronnych i wielostronnych, sprzyjających ich nowym, wspólnym projektom.
- utworzenie sieci mającej na celu wspólną promocję 6 wiosek.

Promowanie się pojedynczych wiosek, a wspólna ich promocja to zupełnie inna jakość oferty dla turystów i osób odwiedzających, a tym samym większa siła oddziaływania wspólnej oferty niż ofert pojedynczych wiosek.

Łazy „Wioska dobrej pogody” – zajęcia w ogródku meteorologicznym





„Akademia Krakowiaka” – nauka przez zabawę – dzieci na zajęciach poznają ulokowanie poszczególnych grup etnicznych na mapie polski



Zajęcia dla dzieci w „Akademii Krakowiaka” – gra wprowadzająca elementy wiedzy na temat krakowiaka

Warsztaty w Winnicy – dzieci poznają aspekty uprawy winorośli oraz wpływ pogody na jej korzyść – „Wioska dobrej pogody



Turystyka

Sport i zdrowie

Edukacja

Produkty lokalne

Ekologia

Tradycja



Lider projektu

Nadwiślańska Grupa Działania „E.O.CENOMA”

Partnerzy

**PARTNER ZAGRANICZNY:
Posázaví o.p.s.**

Obszar

Gminy wchodzące w obszar działania partnerów projektu.

Okres realizacji

III 2013

Budżet

5980, 00 zł

TYTUŁ I AKRONIM PROJEKTU WSPÓŁPRACY

Przygotowanie projektu współpracy: „Międzynarodowa wymiana doświadczeń szansą na rozwój LGD” MWDSNRLGD

CEL GŁÓWNY

Celem ogólnym projektu było utworzenie koncepcji wykorzystania walorów turystycznych obszaru działania na podstawie wieloletniej i dobrze rozwiniętej turystyki wodnej praktykowanej na terenie LGD POSAZAVI.

Celem operacji było przygotowanie projektu współpracy pod tytułem „Międzynarodowa wymiana doświadczeń szansą na rozwój LGD”.

CELE SZCZEGÓŁOWE

Poprawa infrastruktury turystycznej prowadząca do rozwoju oferty turystycznej obszaru oraz promocja dobrych praktyk, rozwoju kultury i tradycji lokalnych celem wskazania kierunku rozwoju

Celem szczegółowym operacji było nawiązanie więzi współpracy pomiędzy partnerami projektu współpracy oraz zapoznanie się z obszarem objętym działalnością lokalnej grupy działania jak również określenie zakresu projektu współpracy. Realizacja operacji ma na celu wypracowanie i omówienie płaszczyzny współpracy pomiędzy partnerami w trakcie wyjazdu do Czech.

GRUPY DOCELOWE

Lokalni mieszkańcy.

GŁÓWNE ZADANIA W PROJEKCIE

Wypracowanie płaszczyzny współpracy z zagranicznym partnerem poprzez organizację spotkań przedstawicieli z poszczególnych LGD.

OPIS PROJEKTU

Realizacja operacji, której celem było przygotowanie projektu współpracy pod tytułem „Międzynarodowa wymiana doświadczeń szansą na rozwój LGD” poprzez nawiązanie więzi współpracy pomiędzy partnerami projektu współpracy, oraz zapoznanie się z obszarem objętym działalnością lokalnej grupy działania, jak również określenie zakresu projektu współpracy, polega na organizacji spotkania przedstawicieli partnerów projektu na terenie działalności LGD z Czech.

Poprzez organizację spotkań, które miały miejsce w ciągu dwóch dni pobytu w siedzibie LGD w Benesov, ustalony został kierunek wspólnych działań i założeń realizacji projektu, wypracowany i omówiony zakres oraz kompetencje poszczególnych partnerów.

Podczas międzynarodowego spotkania w pierwszym dniu omówiono założenia projektu, jak również przedstawiono różne pomysły dotyczące realizacji projektu współpracy. Kolejno LGD POSAZAVI przedstawiła swój dotychczasowy dorobek kulturalny oraz pomysły na wykorzystanie turystyki wodnej i sportowej, co zostało uwzględnione w projekcie współpracy.

Trwałym efektem przygotowania projektu jest wyodrębniona jedna płaszczyzna współpracy, tj.,: rozwój i propagowanie turystyki sportowej w oparciu o dostępne walory przyrodnicze oraz krzewienie i promocja kultury regionalnej danych obszarów poprzez organizację spływu kajakowego na obszarze Polskiej LGD oraz festynu mającego na celu zestawienie i promocję kultury Polskiej i Czeskiej.

Projekt nie został zrealizowany w okresie programowania PROW na lata 2007-2013. Jednak w miarę możliwości i dostępnych środków finansowych na kolejne lata, zarówno Nadwiślańska Grupa Działania „E.O.CENOMA” jak i przedstawiciele POSAZAVI O.P.S., mają zamiar podjąć się przedsięwzięcia zaplanowanego podczas spotkań.





Turystyka	Sport i zdrowie	Edukacja	Produkty lokalne	Ekologia	Tradycja
-----------	-----------------	----------	------------------	----------	----------



Lider projektu	Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania „Wielicka Wieś”
Partnerzy	Podhalańska Lokalna Grupa Działania
Obszar	Gminy: Wieliczka, Poronin, Kościelisko, Biały Dunajec, Szaflary, Czary Dunajec
Okres realizacji	3.11.2010 - 31.10.2011
Budżet	47 168,49 zł

TYTUŁ I AKRONIM PROJEKTU WSPÓŁPRACY

Tradycje kucharskie od Wieliczki, aż do Tatr TKoWadT

CEL GŁÓWNY

Celem operacji było kultywowanie tradycji kucharskich poprzez udział oraz organizację konkursu potraw regionalnych i wydawnictwo 250 sztuk książki kucharskiej co przyczyniło się do zachowania i waloryzacji dziedzictwa kulturowego.

CELE SZCZEGÓŁOWE

„Zachowanie dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego” poprzez aktywizację mieszkańców, pobudzenie aktywności i świadomości grup docelowych oraz wdrożenie nowych inicjatyw na obszarze wiejskich co przyczyni się do poprawy jakości życia na obszarach wiejskich.

GRUPY DOCELOWE

Członkowie Organizacji pozarządowych w tym LGD, lokalni liderzy, osoby starsze, lokalni mieszkańcy, kobiety, mężczyźni, młodzież.

GŁÓWNE ZADANIA W PROJEKCIE

Zadaniem LGD „Wielicka Wieś” była organizacja wyjazdu uczestników konkursu potraw regionalnych na Podhale w celu zaprezentowania rodzimych przepisów kulinarnych na konkursie potraw regionalnych, zebranie przepisów kulinarnych z obszaru LGD „Wielicka Wieś”, wydanie 250 sztuk publikacji zawierającej przepisy kulinarne z obszaru LGD „Wielicka Wieś” i Podhalańskiej LGD oraz zorganizowanie wydarzenia promocyjnego na terenie LGD „Wielicka Wieś”, na którym odbędzie się konkurs potraw regionalnych wraz z zakupem przedmiotów stanowiących nagrody rzeczowe, który będzie podsumowaniem i zakończeniem projektu.

OPIS PROJEKTU

Kultywowanie tradycji kucharskich poprzez organizację konkursów potraw regionalnych na Podhalu i w Wieliczce oraz wydanie 500 sztuk książki kucharskiej pt. „Tradycje kucharskie od Wieliczki, aż do Tatr” z obszaru Pogórza Wielickiego i Podhala. Projekt współpracy był skierowany na pobudzenie aktywności środowisk lokalnych poprzez ożywienie i integrację społeczności lokalnej angażując w/w grupy docelowe.

Operacja polegała na zorganizowaniu wyjazdu na Podhale w celu wzięcia udziału w konkursie potraw regionalnych. W konkursie udział wzięły gospodynie z terenu Podhalańskiej Lokalnej Grupy Działania oraz Koła Gospodyń Wiejskich z terenu Lokalnej Grupy Działania „Wielicka Wieś”.

Następnie zorganizowano w Wieliczce podobną imprezę wraz z konkursem potraw regionalnych. Podczas, której wykorzystano przepisy z przygotowywanej książki kucharskiej. Za zakończenie projektu wydano książkę kucharską zawierającą tradycyjne przepisy kucharskie z Podhala i Wieliczki. Wydrukowano 500 egzemplarzy publikacji po 250 szt. dla każdego LGD do rozdysponowania.

OSIĄGNIĘTE EFEKTY

Wskaźnikiem produktu było wydanie publikacji na temat tradycji kulinarnych regionu wielickiego i podhalańskiego - 1 szt. Rezultatem projektu była liczba osób, które otrzymały publikację – 500 osób.

KSIĄŻKA KUCHARSKA

*"Tradycje kucharskie
od Wieliczki, aż do Tatr"*

