Stowarzyszenie Przyjazna Dolina Raby i Czarnej Orawy o dokonało następujące zmiany w LSR na lata 2014-2020

**Rozdział 5.1 Opis celów ogólnych celów szczegółowych i przedsięwzięć :**

Tabela : Przedsięwzięcia dla celu głównego I

Zmieniono:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **PRZEDSIĘWZIĘCIA** | | Grupy docelowe | Sposób realizacji  (konkurs, projekt grantowy, operacja własna, projekt współpracy, aktywizacja itp.) | **Wskaźnik produktu** | | | | |
| Nazwa | Jednostka miary | Wartość | | Źródło danych / sposób pomiaru |
| Początkowa  2016 rok | Końcowa  2023 rok |  | |
| I.1.1 | I.1.1 Inwestycje  w ogólnodostępną  i niekomercyjną infrastrukturę turystyczną, rekreacyjną | Mieszkańcy, turyści  Wnioskodawcy: NGO, JST przedsiębiorcy, osoby fizyczne | Konkurs  (1700000 zł) | LICZBA NOWYCH LUB ZMODERNIZOWANYCH OBIEKTÓW INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ I REKREACYJNEJ | Sztuka | 0 | 9 | Dok. LGD |
| I.1.2 | I.1.2 Tworzenie i modernizacja turystycznych i rekreacyjnych szlaków, tras, miejsc, ścieżek | Mieszkańcy, turyści  Wnioskodawcy: NGO, przedsiębiorcy, osoby fizyczne | Konkurs grantowy  (140 000 zł) | LICZBA NOWYCH LUB ZMODERNIZOWANYCH LUB OZNAKOWANYCH TURYSTYCZNYCH I REKREACYJNYCH SZLAKÓW, TRAS, MIEJSC I ŚCIEŻEK | Sztuka | 0 | 7 | Dok. LGD |
| I.1.3 | I.1.3 Działania promocyjne obszaru LGD i produktów lokalnych | Mieszkańcy, turyści, przedsiębiorcy, wytwórcy produktów lokalnych  Wnioskodawcy: NGO, osoby fizyczne | Konkurs grantowy  (180 000zł) | LICZBA DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH OBSZARU | Sztuka | 0 | 9 | Dok. LGD |
| Konkurs grantowy (60 000 zł) | LICZBA DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH DOTYCZĄCYCH PRODUKTU LOKANEGO | Sztuka | 0 | 3 | Dok. LGD |
| Mieszkańcy, Turyści, Przedsiębiorcy, Wytwórcy lokalni | LGD  (aktywizacja)  20 000 zł | LICZBA TARGÓW  W KTÓRYCH BIERZE UDZIAŁ LGD | Sztuka | 0 | 2 | Dok. LGD |

Na:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **PRZEDSIĘWZIĘCIA** | | Grupy docelowe | Sposób realizacji  (konkurs, projekt grantowy, operacja własna, projekt współpracy, aktywizacja itp.) | **Wskaźnik produktu** | | | | |
| Nazwa | Jednostka miary | Wartość | | Źródło danych / sposób pomiaru |
| Początkowa  2016 rok | Końcowa  2023 rok |  | |
| I.1.1 | I.1.1 Inwestycje  w ogólnodostępną  i niekomercyjną infrastrukturę turystyczną, rekreacyjną | Mieszkańcy, turyści  Wnioskodawcy: NGO, JST przedsiębiorcy, osoby fizyczne | Konkurs  (1700000 zł) | LICZBA NOWYCH LUB ZMODERNIZOWANYCH OBIEKTÓW INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ I REKREACYJNEJ | Sztuka | 0 | 9 | Dok. LGD |
| I.1.2 | I.1.2 Tworzenie i modernizacja turystycznych i rekreacyjnych szlaków, tras, miejsc, ścieżek | Mieszkańcy, turyści  Wnioskodawcy: NGO, przedsiębiorcy, osoby fizyczne JST | Konkurs  (140 000 zł) | LICZBA NOWYCH LUB ZMODERNIZOWANYCH LUB OZNAKOWANYCH TURYSTYCZNYCH I REKREACYJNYCH SZLAKÓW, TRAS, MIEJSC I ŚCIEŻEK | Sztuka | 0 | 7 | Dok. LGD |
| I.1.3 | I.1.3 Działania promocyjne obszaru LGD i produktów lokalnych | Mieszkańcy, turyści, przedsiębiorcy, wytwórcy produktów lokalnych  Wnioskodawcy: NGO, osoby fizyczne JST | Konkurs grantowy  (180 000zł) | LICZBA DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH OBSZARU | Sztuka | 0 | 9 | Dok. LGD |
| Konkurs (60 000 zł) | LICZBA DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH DOTYCZĄCYCH PRODUKTU LOKANEGO | Sztuka | 0 | 3 | Dok. LGD |
| Mieszkańcy, Turyści, Przedsiębiorcy, Wytwórcy lokalni | LGD  (aktywizacja)  20 000 zł | LICZBA TARGÓW  W KTÓRYCH BIERZE UDZIAŁ LGD | Sztuka | 0 | 2 | Dok. LGD |

W kolumnie grupy docelowe dopisano jako wnioskodawcę JST.

**Rozdział 5.4 Przedsięwzięcia realizowane w ramach RLKS, a także wskazanie sposobu ich realizacji.**

Zmieniono

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| I.1.2. Tworzenie i modernizacja turystycznych i rekreacyjnych szlaków, tras, miejsc ,ścieżek | | | |
| Przedsięwzięcie przyczynia się do rozwoju turystycznego obszarów wiejskich. Odpowiada na szeroko zgłaszane potrzeby na całym obszarze LGD. | | | |
| SPOSÓB REALIZACJI | BUDZET | DOFINANSOWANIE | WARTOŚĆ OPERACJI |
| Konkurs grantowy | 140 000 | 100% | Od 5 tys. zł |
| I.1.3 Działania promocyjne obszaru LGD i produktów lokalnych | | | |
| Zakłada się realizację wielu ciekawych pomysłów na promocję obszaru zgłaszanych jeszcze w czasie prac nad strategią. Warunkiem otrzymania wsparcia będzie współpraca międzysektorowa i szeroki zasięg odbiorców.  W ramach tego przedsięwzięcia planuje się pilotażowe działania promujące produkty lokalne. W ramach operacji oczekuje się przygotowania działań marketingowych dla produktu, sieci dystrybucji (minimum jedno miejsce w każdej gminie) działań promocyjnych oraz podpisanych umów pomiędzy producentem a sprzedawcą, na co najmniej 2 lata współpracy. | | | |
| SPOSÓB REALIZACJI | BUDZET | DOFINANSOWANIE | WARTOŚĆ OPERACJI |
| Konkurs grantowy | 240 000 | Do 100% | Od 5 tys. zł |

Na

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| I.1.2. Tworzenie i modernizacja turystycznych i rekreacyjnych szlaków, tras, miejsc ,ścieżek | | | |
| Przedsięwzięcie przyczynia się do rozwoju turystycznego obszarów wiejskich. Odpowiada na szeroko zgłaszane potrzeby na całym obszarze LGD. | | | |
| SPOSÓB REALIZACJI | BUDZET | DOFINANSOWANIE | WARTOŚĆ OPERACJI |
| Konkurs | 140 000 | Do 63,63% dla JST do 100% pozostali beneficjenci | Od 50 tys. zł |
| I.1.3 Działania promocyjne obszaru LGD i produktów lokalnych | | | |
| Zakłada się realizację wielu ciekawych pomysłów na promocję obszaru zgłaszanych jeszcze w czasie prac nad strategią. Warunkiem otrzymania wsparcia będzie współpraca międzysektorowa i szeroki zasięg odbiorców.  W ramach tego przedsięwzięcia planuje się pilotażowe działania promujące produkty lokalne. W ramach operacji oczekuje się przygotowania działań marketingowych dla produktu, sieci dystrybucji (minimum jedno miejsce w każdej gminie) działań promocyjnych oraz podpisanych umów pomiędzy producentem a sprzedawcą, na co najmniej 2 lata współpracy. | | | |
| SPOSÓB REALIZACJI | BUDZET | DOFINANSOWANIE | WARTOŚĆ OPERACJI |
| Konkurs grantowy | 180 000 | Do 100% | Od 5 tys. zł |
| Konkurs | 60 000 | Do 63,63% dla JST do 100% pozostali beneficjenci | Od 50 tys. zł ł |

**14.3: PLAN DZIAŁANIA**

Zmieniono:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| * **Cel ogólny I : ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ GOSPODARKI, TURYSTYKI ORAZ REKREACJI OBSZARU PRZYJAZNEJ DOLINY RABY I CZARNEJ ORAWY** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cel Ogólny I | Lata | 2016-2018 | | | 2019-2021 | | | | | 2022-2023 | | | Razem 2016-2023 | | | Program  Poddziałanie / zakres programu |
| Nazwa wskaźnika | Wartość z jednostką miary | % realizacji wskaźnika narastająco | Planowane wsparcie w PLN | Wartość z jednostką miary | | % realizacji wskaźnika narastająco | | Planowane wsparcie w PLN | Wartość z jednostką miary | % realizacji wskaźnika narastająco | Planowane wsparcie w PLN | Razem wartość wskaźników | Razem planowane wsparcie w PLN | |
| **Przedsięwzięcia** | Cel szczegółowy I.1 Zwiększenie atrakcyjności obszaru poprzez inwestycje w infrastrukturę turystyczną i rekreacyjną oraz promocja obszaru | | | | | | | | | | | | | | | PROW |
| I.1.1. Inwestycje w ogólnodostępną i niekomercyjną infrastrukturę turystyczną i rekreacyjną | Liczba nowych lub zmodernizowanych obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej | 9  Sztuk obiektów | 100% | 1700000 | | 0  Sztuk obiektów | | 100% | 0 | 0  Sztuk obiektów | 100% | 0 | 9 | | 1 700 000 | Wdrażanie LSR  Konkurs |
| I.1.2 Tworzenie i modernizacja turystycznych i rekreacyjnych szlaków, tras, miejsc ścieżek  . | liczba nowych lub zmodernizowanych lub oznakowanych turystycznych i rekreacyjnych szlaków, tras, miejsc i ścieżek | 7 sztuk | 100% | 140 000 | | 0  sztuk | | 100% | 0 | 0  sztuk | 100% | 0 | 7 | | 140 000 | Wdrażanie LSR  Projekty  Grantowe |
| I.1.3 Działania promocyjne obszaru LGD i produktów lokalnych | Liczba działań promocyjnych obszaru | 7  działań | 78% | 140 000 | | 1  działań | | 89% | 20 000 | 1  sztuk | 100% | 20 000 | 9 | | 180 000 | Wdrażanie LSR  Projekty  Grantowe |
| Liczba działań promocyjnych dotyczących produktu lokalnego | 3 | 100% | 60 000 | | 0 | | 100% | 0 | 0 | 100% | 0 | 3 | | 60 000 | Wdrażanie LSR  Projekty  Grantowe |
|  | Liczba targów w których bierze udział LGD | 1  targi/  wystawa | 50 % | 10 000 | | 1  targi/  wystawa | | 100% | 10 000 | 0  targi/  wystawa | 100% | 0 | 2 | | 20 000 | Aktywizacja |
| Razem Cel I.1 | |  |  | 2 050 000 | |  | |  | 30 000 |  |  | 20 000 |  | | 2100 000 |  |

Na

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| * **Cel ogólny I : ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ GOSPODARKI, TURYSTYKI ORAZ REKREACJI OBSZARU PRZYJAZNEJ DOLINY RABY I CZARNEJ ORAWY** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cel Ogólny I | Lata | 2016-2018 | | | 2019-2021 | | | | | 2022-2023 | | | Razem 2016-2023 | | | Program  Poddziałanie / zakres programu |
| Nazwa wskaźnika | Wartość z jednostką miary | % realizacji wskaźnika narastająco | Planowane wsparcie w PLN | Wartość z jednostką miary | | % realizacji wskaźnika narastająco | | Planowane wsparcie w PLN | Wartość z jednostką miary | % realizacji wskaźnika narastająco | Planowane wsparcie w PLN | Razem wartość wskaźników | Razem planowane wsparcie w PLN | |
| **Przedsięwzięcia** | Cel szczegółowy I.1 Zwiększenie atrakcyjności obszaru poprzez inwestycje w infrastrukturę turystyczną i rekreacyjną oraz promocja obszaru | | | | | | | | | | | | | | | PROW |
| I.1.1. Inwestycje w ogólnodostępną i niekomercyjną infrastrukturę turystyczną i rekreacyjną | Liczba nowych lub zmodernizowanych obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej | 9  Sztuk obiektów | 100% | 1700000 | | 0  Sztuk obiektów | | 100% | 0 | 0  Sztuk obiektów | 100% | 0 | 9 | | 1 700 000 | Wdrażanie LSR  Konkurs |
| I.1.2 Tworzenie i modernizacja turystycznych i rekreacyjnych szlaków, tras, miejsc ścieżek  . | liczba nowych lub zmodernizowanych lub oznakowanych turystycznych i rekreacyjnych szlaków, tras, miejsc i ścieżek | 7 sztuk | 100% | 140 000 | | 0  sztuk | | 100% | 0 | 0  sztuk | 100% | 0 | 7 | | 140 000 | Wdrażanie LSR  Konkurs |
| I.1.3 Działania promocyjne obszaru LGD i produktów lokalnych | Liczba działań promocyjnych obszaru | 7  działań | 78% | 140 000 | | 1  działań | | 89% | 20 000 | 1  sztuk | 100% | 20 000 | 9 | | 180 000 | Wdrażanie LSR  Projekty  Grantowe |
| Liczba działań promocyjnych dotyczących produktu lokalnego | 3 | 100% | 60 000 | | 0 | | 100% | 0 | 0 | 100% | 0 | 3 | | 60 000 | Wdrażanie LSR  Konkurs |
|  | Liczba targów w których bierze udział LGD | 1  targi/  wystawa | 50 % | 10 000 | | 1  targi/  wystawa | | 100% | 10 000 | 0  targi/  wystawa | 100% | 0 | 2 | | 20 000 | Aktywizacja |
| Razem Cel I.1 | |  |  | 2 050 000 | |  | |  | 30 000 |  |  | 20 000 |  | | 2100 000 |  |

**Rozdział 14.4 Budżet LSR**

Tabela 1: Formularz: Plan finansowy w zakresie poddziałania 19.2 PROW 2014-2020

Zmieniono:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | **WKŁAD**  **EFRROW** | **BUDŻET PAŃSTWA** | **WKŁAD WŁASNY BĘDĄCY WKŁADEM KRAJOWYCH ŚRODKÓW PUBLICZNYCH** | **RAZEM** |
| 1. | Beneficjenci inni niż jednostki sektora finansów publicznych | 3 245 130 | 1 854 870 |  | 5 100 000 |
| 2. | Beneficjenci będący jednostkami sektora finansów publicznych | 1 336 230 |  | 763 770 | 2 100 000 |
|  | **RAZEM** | 4 581 360 | 1 854 870 | 763 770 | 7 200 000 |
|  |  |  |  |  |  |

Na

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | **WKŁAD**  **EFRROW** | **BUDŻET PAŃSTWA** | **WKŁAD WŁASNY BĘDĄCY WKŁADEM KRAJOWYCH ŚRODKÓW PUBLICZNYCH** | **RAZEM** |
| 1. | Beneficjenci inni niż jednostki sektora finansów publicznych | 3 117 870 | 1 782 130 |  | 4 900 000 |
| 2. | Beneficjenci będący jednostkami sektora finansów publicznych | 1 463 490 |  | 836 510 | 2 300 000 |
|  | **RAZEM** | 4 581 360 | 1 782 130 | 836 510 | 7 200 000 |

Tabela została dostosowana do obowiązujących wymogów dotyczących dofinansowania w przypadku JST

**Rozdział 6.4.2 PROJEKTY WSPÓŁPRACY**

Zmieniono:

Celem projektu będzie Promocja lokalnej kultury i sportu bazującej na zasobach kulturowych i sportowych partnerskich LGD poprzez organizację przedsięwzięć sportowo-promocyjnych. Ponadto celami są: promocja zdrowego trybu życia, popularyzowanie wymienionych dyscyplin sportu na każdym z obszarów LGD, wzajemne poznawanie się przez mieszkańców całego powiatu oraz wzmocnienie współpracy pomiędzy LGD. Planuje się uczestnictwo, co najmniej 1000 osób w 4 imprezach).

Na:

Celem projektu będzie wzmocnienie więzi kulturowych, integracja społeczności lokalnej i propagowanie aktywnego trybu życia. Na terenie LGD. Ponadto celami są: propagowanie zdrowego trybu życia, popularyzowanie wymienionych dyscyplin sportu na każdym z obszarów LGD, wzajemne poznawanie się przez mieszkańców całego powiatu oraz wzmocnienie współpracy pomiędzy LGD. Planuje się uczestnictwo, co najmniej 1000 osób w co najmniej 4 imprezach).

### **14.5.3 Wskaźniki i planowane efekty działań komunikacyjnych**

Zmieniono:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nazwa działania komunikacyjnego** | **Zakładane wskaźniki** | **Planowane efekty** |
| Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 | * Informacja na stronie internetowej i w mediach społecznościowych- aktualizacja * Rozsyłanie maili do potencjalnych beneficjentów – 100 szt. * Przekazanie informacji do mediów – 5 komunikatów * Wysłanie listów do parafii i instytucji - 20 | Zwiększona aktywność ludzi w aplikowaniu o środki z LSR |
| Kampania informacyjna nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD, a także planowanych oraz dokonanych zmianach w kryteriach oraz LSR | * Informacja na stronie internetowej i w mediach społecznościowych- aktualizacja * Rozsyłanie maili do potencjalnych beneficjentów – 100 szt. * Przekazanie informacji do mediów – 5 komunikatów | Zwiększona aktywność ludzi  w aplikowaniu o środki z LSR oraz lepsza, jakość przygotowanych projektów, włączenie mieszkańców we współdecydowanie o wdrażaniu LSR |

Na

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nazwa działania komunikacyjnego** | **Zakładane wskaźniki** | **Planowane efekty** |
| Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 | * Informacja na stronie internetowej i w mediach społecznościowych- aktualizacja * Rozsyłanie maili do potencjalnych beneficjentów – 100 szt. * Przekazanie informacji do mediów – 5 komunikatów * Wysłanie listów do parafii i instytucji - 20 | Zwiększona aktywność ludzi w aplikowaniu o środki z LSR |
| Kampania informacyjna nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD, a także planowanych oraz dokonanych zmianach w kryteriach oraz LSR | * Informacja na stronie internetowej i w mediach społecznościowych- aktualizacja * Rozsyłanie maili do potencjalnych beneficjentów – 100 szt. * Przekazanie informacji do mediów – 3 komunikatów | Zwiększona aktywność ludzi  w aplikowaniu o środki z LSR oraz lepsza, jakość przygotowanych projektów, włączenie mieszkańców we współdecydowanie o wdrażaniu LSR |