

# Leader+

K W A R T A L N I K

N U M E R 2 / 2 0 0 7



S I E Ć  
LEADER+



Drodzy Czytelnicy

Wraz z nadejściem wiosny, nadszedł czas na wydanie nowego numeru Kwartalnika Sieci Leader+. Tym razem polskie regiony reprezentują Małopolska oraz Pomorze Środkowe. Miło nam przedstawić działalność małopolskiej Lokalnej Grupy Działania o intrygującej nazwie „Gościńiec Czterech Żywiołów”. Stowarzyszenie to, pomimo napotykaných trudności, realizuje z powodzeniem swoje przedsięwzięcia w oparciu o potencjał przyrodniczo-kulturowy i lokalny produkt turystyczny. Pomorze Środkowe, natomiast, ma powód do dumy, prezentując czytelnikom wzorcowy przykład budowania marki lokalnej o nazwie „Naszynnik Północy”. Marka ta powstała na bazie dziedzictwa kulturowego oraz unikatowych walorów przyrodniczych i turystycznych regionu.

W tym wydaniu Kwartalnika będziecie mieli Państwo również okazję zapoznać się z ciekawym przykładem realizacji programu Leader w Europie oraz inicjatywami opartymi o tę metodę. Zapraszamy Państwa do regionu kontrastów, jakim jest bez wątpienia hiszpańska Andaluzja. Przedstawiamy także zagadnienia sieciowania w krajach Unii Europejskiej, w tym działalność sieci Leader we Francji oraz jedną z inicjatyw bretońskiego LGD o nazwie „Espace Femmes” czyli „Przestrzeń Kobiet”.

W tym wydaniu Kwartalnika znajdziecie także Państwo bieżące wiadomości z wdrażania Pilotażowego Programu Leader+.  
Zapraszamy serdecznie do odwiedzenia kącika informacyjnego.

Redakcja



OD REDAKCJI .....	2
<b>LEADER W POLSKICH REGIONACH</b>	
Lokalna Grupa Działania - Stowarzyszenie „Gościnięć“ .....	4
Rola marki lokalnej „Maszyjnik Północy” w promocji i rozwoju społeczno-gospodarczym Pomorza Środkowego .....	5
<b>PILOTAŻOWY PROGRAM LEADER +</b>	
Informacja dotycząca wdrażania działania 2.7 Pilotażowy Program Leader + Schemat II .....	9
<b>INICJATYWA LEADER W EUROPIE</b>	
Realizacja Programu Leader na przykładzie Andaluzji .....	10
Sieć Leader we Francji .....	14
Sieć Leader w Unii Europejskiej .....	15
<b>ROZWÓJ OBSZARÓW WIEJSKICH</b>	
Turystyczny produkt lokalny na obszarach wiejskich .....	16
<b>KĄCIK INFORMACYJNY</b>	
Informacja Krajowej Sieci Leader + .....	18
Zwiastun letniego wydania Kwartalnika .....	18
Nawiązywanie współpracy pomiędzy LGD z Niemiec, Polski, Węgier i Czech .....	19

**Zespół redakcyjny w składzie:**

Sławomir Nosowicz  
Barbara Kucharska

**Fotografie:**

LGD Stowarzyszenie „Gościnięć”  
LGD „Maszyjnik Północy”  
Stowarzyszenie „Perły Beskidu Sądeckiego”  
Europe Direct Galicja, Barbara Kucharska  
Agencja Reklamowa „Po Godzinach”

**Wydawca:**

Konsorcjum w składzie:  
FAPA, FAOW, CDR, KRIR

Publikacja przygotowana w ramach zadania  
pt. „Kontynuacja Krajowej Sieci Leader+”

**Projekt graficzny i DTP:**

Agencja Reklamowa „Po Godzinach”  
ul. Friedleina 6, 30-009 Kraków  
tel. 012 623 77 74  
e-mail: biuro@pogodzinach.com.pl

**Druk:**

Drukarnia Nowator Sp. z o.o.  
ul. Warszawska 1, 08-110 Siedlce  
tel. 025 632 40 94  
www.nowator.com

**Lokalna Grupa Działania — Stowarzyszenie „Gościniec“**

Lokalna Grupa Działania „Gościniec Czterech Żywiołów“ jest efektem pracy osób i instytucji zaangażowanych w realizację I schematu Pilotażowego projektu Leader+. Przedstawiciele 3 sektorów zgodnie z wymogami Lidera powołali Stowarzyszenie „Gościniec“. Zbudowali zintegrowaną strategię rozwoju swojego obszaru, czyli 4 gmin: Sułkowice, Lanckorona, Stryszów, Mucharz.



Lanckorona – Pracownia Muz Artystycznych



Sułkowice – Stolica Polskich Kowali

Lokalna Grupa Działania „Gościniec“ wybrała, spośród priorytetów programu Leader+, trzy tematy wiodące:

nr 2 – Poprawa jakości życia na obszarach wiejskich.

nr 3 – Podnoszenie wartości lokalnych produktów, zwłaszcza przez ułatwianie małym jednostkom produkcyjnym dostępu do rynków dzięki wspólnym działaniom.

nr 4 – Wykorzystanie zasobów naturalnych i kulturowych, w tym potencjału obszarów należących do sieci Natura 2000. Najważniejsze potencjały przyrodniczo-kulturowe 4 gmin, zostały zdefiniowane w nazwach żywiołów przypisanych do gmin:

Gmina Sułkowice – Ogień,

Lanckorona – Powietrze,

Stryszów – Ziemia,

Mucharz – Woda.

Konsekwencją takiej wizualizacji regionu było opracowanie i realizacja czterech zintegrowanych produktów turystycznych: W Lanckoronie przedsięwzięciom artystycznym sprzyja poszanowanie tradycji, promocja rękodzieła i troska o zabytkową architekturę drewnianą. Rozwijają się jarmarki, sklep produktu lokalnego, działalność turystyczna i gospodarka społeczna poprzez powołaną w ramach stowarzyszenia „Na Bursztynowym Szlaku“ z Lanckorony, firmę społeczną „Horyzonty ITD. Inspiracja. Turystyka. Doradztwo“.

Mucharz posiada ogromny potencjał turystyczny związany z budową zbiornika wodnego, co rodzi nadzieje na rozwój regionu. Przewidywany jest rozwój produktów lokalnych oraz mądre wykorzystanie zasobów dziedzictwa kulturowego.

Gmina Stryszów – znana z walorów przyrodniczych, ekologicznych upraw rolnych, gospodarstw agroturystycznych oraz zabytków – chce rozwijać turystykę wiejską w oparciu m.in. o gospodarstwa ekologiczne i promocję produktu lokalnego.

Sułkowice to bogate tradycje kowalstwa. Obecnie na tym terenie dominują firmy przetwórstwa metalu. Atrakcją na skalę krajową są Cisy Raciborskiego w Harbutowicach – najstarsze w Polsce – których wiek szacuje się na 1200 - 2000 lat.

Ze względu na obowiązujące w Leaderze+ kryterium gęstości, LGD „Gościniec“ nie złożyła wniosku do schematu II. Trudno byłoby wyłączyć ze spójnej i przemyślanej koncepcji którąś z gmin. Istnieje potrzeba i wola społeczności lokalnej, aby stowarzyszenie rozwijało się pomimo braku środków i pomocy, tego typu jak mają obecnie inne LGD.

Stowarzyszenie wciąż buduje swój potencjał organizacyjny, przygotowało kilka wniosków, a obecnie realizuje dwa projekty: Tradition Plus – projekt międzynarodowy z 3 partnerami z Aragonii (Hiszpania) i Macedonii (Grecja), którego rezultatami ma być marka „4 Żywioły“, identyfikacja produktów lokalnych z obszaru „4 Żywiołów“, pakiety promocyjne z produktami oraz Centrum Obsługi Produktu Lokalnego. Projekt realizowany jest w ramach programu SMART.

Polskie ogrody – chrońmy rodzime kwiaty i zioła – inwentaryzacja cennych zasobów przyrodniczych gmin „4 Żywiołów“. LGD „Gościniec“ aktywnie zainicjowała powstanie małopolskiej Sieci LGD, organizując spotkania z przedstawicielami Małopolskiego Urzędu Marszałkowskiego oraz składając wnio-



Mucharz – Mucharzkie Morze

sek „Federalizacja LGD“ czyli organizacji pozarządowych działających na obszarach wiejskich.

Długofalowym celem LGD „Gościniec“ jest sprawne funkcjonowanie Grupy oraz dynamiczny rozwój regionu.

**Renata Bukowska**

Prezes LGD „Gościniec“, Lanckorona, ul. Krakowska 473

### Rola marki lokalnej „Naszyjnik Północy“ w promocji i rozwoju społeczno-gospodarczym Pomorza Środkowego

„Naszyjnik Północy“ jest porozumieniem otwartym, zawartym pomiędzy samorządami, organizacjami pozarządowymi, instytucjami użyteczności publicznej oraz przedsiębiorcami z terenu Pomorza Środkowego, Borów Tucholskich i Ziemi Krajeńskiej. Liczy około 50 partnerów. Działa w przekonaniu, że odpowiedzią na problemy związane z rozwojem regionu jest integracja działań w zakresie ochrony środowiska oraz wsparcie procesów rozwoju społecznego i gospodarczego regionu.

Spółeczne Porozumienie „Naszyjnik Północy“ powstało z inicjatywy Fundacji Ekologicznej Ziemi Chojnickiej i Zaborskiej, Stowarzyszenia Na Rzecz Rozwoju Miasta i Gminy Debrzno oraz Fundacji Partnerstwo dla Środowiska. Pomysł zrodził się jesienią 1999 roku. Porozumienie integruje rozproszonych dotychczas partnerów i inicjatywy w celu stworzenia spójnego programu zrównoważonego rozwoju.

Spółeczne Porozumienie „Naszyjnik Północy“ od 2002 roku posiada program, strukturę organizacyjną oraz regulamin działania. Wszyscy partnerzy „Naszyjnika Północy“ są odpowiedzialni za opracowywanie i realizację projektów, jak również za zdobywanie na nie środków.

W 2001 i 2002 roku teren działań „Naszyjnika Północy“ objęty był Programem Inicjatyw Wiejskich „Wieś Aktywna“ Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności koordynowanym przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska, w ramach którego na Pomorzu Środkowym zrealizowano 7 projektów:

- Witki brzożowe – markowym produktem wsi Skowarnki,
- Końcowy etap zagospodarowania turystycznego Doliny Rzeki Debrzynki,
- Stare Gronowo – wczoraj, dziś i jutro (zagospodarowanie zespołu pałacowo-parkowego),
- Lipka znana i nieznaną (zagospodarowanie i udostępnienie turystom terenu parku w Buczku Małym, nad jeziorem Gogolin i terenów w Suchych Dołach),
- Przywróćmy urok tego miejsca (rewitalizacja parku podworskiego w Leśnie),
- Kompleksowe zagospodarowanie turystyczne gminy Barwice,
- Nasz chleb powszedni (remont pieców chlebowych i wypiek pieczywa według tradycyjnych receptur przez gospodarstwa agroturystyczne).

Inne projekty zrealizowane przez Stowarzyszenie Na Rzecz Rozwoju Miasta i Gminy Debrzno za pośrednictwem Fundacji Partnerstwo dla Środowiska dla terenu „Naszyjnika Północy“ to:

- Uruchomienie linii technologicznej przemiatu zbóż ekologicznych za pomocą tradycyjnych, kamiennych żaren,
- Pobudzanie przedsiębiorczości oraz podnoszenie standardów ochrony środowiska w małych i średnich przedsiębiorstwach funkcjonujących w środowisku wiejskim na terenie „Naszyjnika Północy“ – Klub Czysty Biznes.

Szczegółowe informacje na ten temat zawiera publikacja FPŚ pod redakcją Andrzeja Bidermana i Barbary Kazior „Pokonać bierność na wsi“, Program Aktywizacji Społeczności Wiejskich; Grupy Partnerskie na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju.

Kolejnym dużym programem realizowanym na tym terenie były „Szkoły dla Ekorozwoju“. W pierwszej edycji udział zgłosiło 41 pomorskich szkół, w drugiej 33. W ramach programu podejmowane są drobne, ale praktyczne działania związane z gospodarką odpadami, wodą, energią, środowiskiem otaczającym szkoły.

Najciekawszym zakresem działań „Naszyjnika Północy“ jest próba stworzenia kompleksowej oferty turystycznej Pomorza Środkowego, na bazie 870 km głównego szlaku rowerowego i ok. 1000 km szlaków tematycznych przebiegających przez 32 gminy województw: pomorskiego, zachodniopomorskiego, wielkopolskiego i kujawsko-pomorskiego. Wniosek pt. „Greenways Naszyjnika Północy“ na wytyczenie i zagospodarowanie szlaku złożono do Departamentu Turystyki Ministerstwa Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej i otrzymano dofinansowanie w kwocie 61 500,00 zł, która pozwoliła na rozpoczęcie prac. Działania są kontynuowane, a szlak co roku wzbogacany o nowe elementy infrastruktury turystycznej.

Pomorze Środkowe to niezmiernie ciekawy i czysty pod względem ekologicznym region. Sama przyroda i kultura to jednak za mało, aby przyciągnąć turystów. Dlatego zdecydowano o inwentaryzacji zasobów kulturowych, przyrodniczych



Wyroby z witek brzożowych

i bytowych, aby na tej podstawie przygotować kompleksową ofertę turystyczną.

Jedną z metod zrównoważonego rozwoju oraz formą przeciwdziałania bezrobociu może być wypromowanie produktów lokalnych. Tworząc lokalny produkt, lokalną markę za bazę przyjęto:

- dziedzictwo przeszłości dla przyszłości (każde miejsce opowiada swoją historię),
- miejscową bazę surowców,
- miejscowy kapitał ludzki (umiejętności, stan posiadania, ambicje, dążenia, patriotyzm),

- partnerstwo trzech sektorów,
- indywidualność, unikatowość i oryginalność lokalną,
- zachowanie wszelkich reguł ekologii i ochrony środowiska.

W 2001 roku, wspólnie z Fundacją Partnerstwo dla Środowiska rozpoczęte zostały prace zmierzające do realizacji projektu „Marka Lokalna Naszyjnika Północy”. Projekt obejmował cykl szkoleń specjalistycznych z zakresu marketingu produktu lokalnego oraz opracowanie i monitoring planu realizacji poszczególnych działań. Powstały w ramach projektu program dla marki i produktów lokalnych został włączony do działań „Naszyjnika Północy”. Wpływał on na stymulację inicjatyw lokalnych oraz prowadził walkę z bezrobociem.

W ramach tego projektu przeszkolono 25 osób w zakresie marketingu produktu lokalnego oraz wypracowano plany realizacji poszczególnych wdrożeń, opracowano program promocyjny, opracowano kryteria nadawania certyfikatu „Naszyjnika Północy”, wydano materiały promocyjne i marketingowe, opracowano projekt graficzny „Marki Lokalnej Naszyjnika Północy”.

Najlepszym przykładem planu pojedynczego wdrożenia jest projekt „Witki brzozowe markowym produktem wsi Skowarniki”, w ramach którego:

- przeszkolono przedstawiciela wytwórców produktów z witek brzozowych – Marię Wójcik w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej,
- opracowano biznesplan przedsięwzięcia,
- wykonano ofertę handlowo-promocyjną (wizytówki, ulotki, katalog, teczkę),
- wykonano wzory poszczególnych wyrobów z witek brzozowych,
- wyroby z witek brzozowych zaprezentowano na targach międzynarodowych, krajowych i lokalnych,
- pozyskano stałych odbiorców wyrobów.

W dniach 29-30 października 2003 roku Fundacja Partnerstwo dla Środowiska zorganizowała w Debrznie warsztaty pt.: „Rola produktów lokalnych w rozwoju regionów Europy Środkowej”. Uczestnicy zapoznali się z przykładami tworzenia, promocji i sprzedaży produktów lokalnych w Polsce i Europie Środkowej. Prezentowano m.in.: sposoby promocji i sprzedaży zabawek ludowych w Regionie Babiogórskim; sposoby łączenia sprzedaży produktów ekologicznych z prowadzeniem działalności agroturystycznej w Regionie Bocheńskim; form jarmarku jako miejsca promocji i dystrybucji produktów lokalnych na przykładzie Ziemi Opatowskiej; „Miód z Przemkowa” jako produkt lokalny i inspiracja lokalnych imprez Regionu Środkowej Odry, czy też doświadczenia w nadawaniu znaku promocyjnego Zielonych Ptuc Polski.

Pod kierunkiem Olgi Gałek, konsultanta ds. Produktu Lokalnego FPS, powstała definicja produktu lokalnego, jego kryteria oraz ankieta przydatna do inwentaryzacji produktów i usług w regionie.

**Produkt lokalny to wyrób lub usługa, z którą utożsamiają się mieszkańcy danego regionu, produkowana w sposób nie masowy i przyjazny dla środowiska, z surowców lo-**

**kalnie dostępnych. Produkt lokalny staje się wizytówką regionu poprzez wykorzystanie jego specyficznego i niepowtarzalnego charakteru oraz angażowanie mieszkańców w rozwój przedsiębiorczości lokalnej.**

Przyjęto również ostateczną wersję Znak Promocyjnego „Naszyjnika Północy”, który został zarejestrowany w Urzędzie Patentowym i uzyskał stosowny certyfikat w grudniu 2006 roku. Zatwierdzony został również Regulamin Przyznawania, Używania i Postępowania się Znakiem Promocyjnym „Naszyjnik Północy”.



Zarządzanie marką „Naszyjnika Północy” powierzono Fundacji „Naszyjnik Północy”. Do czasu jej uprawomocnienia funkcję tę pełniło Stowarzyszenie Na Rzecz Rozwoju Miasta i Gminy Debrzno. Prace zespołu tematycznego Marki Lokalnej koordynowała Anna Mauer, przedstawicielka Gminy Czaplinek. Ze względu na przedłużające się procedury, w 2003 roku dokonano pilotażowej nominacji następujących produktów:

- Mąka debrzneńska pochodząca z młyna Eugeniusza Suchowieckiego,



Mąka debrzneńska

- Chleb barwicki z gospodarstw agroturystycznych w Barwicach,
- Chleb debrzneński z piekarni Jagusz & Gierłowski.

4 marca 2003 roku, podczas seminarium „Zielone Miejsca Pracy” w Debrznie, przekazano wyżej wymienionym producentom licencje upoważniające do postępowania się w roku 2003 Znakiem Promocyjnym „Naszyjnik Północy”.

Dotychczasowy dorobek w zakresie produktu markowego zaprezentowany został na Międzynarodowej Konferencji – „Marketing Produktu Lokalnego” w Barzkowicach, która odbyła się 27 i 28 marca 2003 roku.

W grudniu 2003 roku, w Debrznie miało miejsce rozstrzygnięcie konkursu i uroczyste rozdanie Znak Promocyjnego – Marka Lokalna „Naszyjnik Północy” najlepszym produktom artystycznym i użytkowym oraz ważnym społecznie inicjatywom.

Konkurs objęty został honorowym patronatem Radia Weekend oraz Senatora RP Gerarda Czaji. Do konkursu wpłynęło 20 wniosków i prac. Decyzją Kapituły Konkursowej nagrodzono:

- wyroby z witek brzoźowych – Antoniego Wójcika ze Skowarnek,
- maskotki wełniane – Para krajeńska – Jolanty Dolat z Samborska,
- haft krajeński – Jadwigi Angutek z Więcborka,
- rzeźby drewniane dokumentujące życie wsi – Aleksandra Ołowia z Człuchowa,
- pracownię introligatorską „PRIMAX” – Przemysława Cisonia z Debrzna,
- Zespół Folklorystyczny „Krajniacy” z Wielkiego Buczka – za kultywowanie tradycji regionu,
- zdobnictwo regionalne – Teresy Szapiel ze Złotowa,
- haft kaszubski – Tadeusza Narłocha, zgłoszony przez Promocję Regionu Chojnickiego sp. z o.o.,
- Odjazdową Szkołę „Naszyjnika Północy” – Tomasza Szydła z Chojnic – działalność edukacyjno-rekreacyjna,
- obrazy olejne o tematyce regionalnej – Andrzeja Marciniaczaka z Łęknicy,
- obrazki malowane na szkle o tematyce regionalnej – Krystyny Laskowskiej-Kiepiela z Człuchowa,
- stroiki okolicznościowe – Doroty Reimus z Więcborka.

Trzecia edycja konkursu na artykuły spożywcze miała miejsce 20 czerwca 2004 roku. Zbiegła się z obchodami 650-lecia Debrzna i uroczystym otwarciem Galerii Produktów Lokalnych „Naszyjnika Północy” w budynku Ośrodka Przedsiębiorczości w Debrnie.

Prawo do użytkowania i posługiwania się Znakiem Promocyjnym przyznano:

- Łakociom słodkiego Józia – z cukierni „Angelika” Józefa Berendta,
- chlebowi wiejskiemu – z Gospodarstwa Agroturystycznego Stanisławy i Tadeusza Lewickich z Barwic,
- mące pszennej debrzeńskiej – firmy „Skup Zbóż Produkcja Mąk Eugeniusza Suchowieckiego”,
- pierogom cioci Marty w zielonym sosie, pasztetowi marzeń, Łobeskiemu bigosowi myśliwskiemu, złotemu smalcowi – Restauracji-Kawiarni „CAFFE KOSMOS” Teofila Szuba z Łobeza,
- rogalikom szefowej, podchmielonemu boczkowi, żołądkom w rosole, karkówce w sosie czosnkowym – firmy „ODEJEWSKI – ODAN sp. z o.o.



Rzeźba drewniana Aleksandra Ołowia z Człuchowa

W lutym i czerwcu 2004 roku Stowarzyszenie Na Rzecz Rozwoju Miasta i Gminy Debrzno, w ramach programu Phare 2001 Rozwój Społeczeństwa Obywatelskiego, realizowało szkolenie, które składało się z następujących części:

- wsparcie psychologiczne,
- pokazy umiejętności wytwarzania wyrobów z witek brzoźowych, ceramiki, drewna, masy solnej, układania bukietów z kwiatów, ziół i szyszek, haftowania, malowania na szkle, rzeźbiarstwa,
- warsztaty z wytwarzania wyrobów z witek brzoźowych, malowania na szkle, układania bukietów z kwiatów, ziół i szyszek,
- instruktaż w prawno-finansowych aspektach prowadzenia działalności gospodarczej,
- warsztaty z doskonalenia umiejętności marketingu i sprzedaży wytworzonych produktów.

W ramach programu utworzona została Galeria (sklepik) Produktów Lokalnych z wyrobami lokalnych wytwórców i uczestników szkolenia. Program zaangażował 60 osób i przyczynił się do przeszkolenia 48 wytwórców rękodzieła.

W IV edycji konkursu na produkty artystyczne i użytkowe oraz cenne społecznie inicjatywy w 2005 roku licencję Znak Promocyjnego „Naszyjnika Północy” otrzymały:

- haft krajeński – Teresy Kuczery z Więcborka,
- frywolitki – Aleksandry Banach z Więcborka,
- haft krajeński oraz koronki na drutach – Ireny Cichończyk z Więcborka,

- zespół folklorystyczny „Słowinki“ z Debrzna,
- zespół folklorystyczny „Gronowianki“ ze Starego Gronowa,
- Harcerski Zespół Mandolinowy „Frygi“.

W 2006 roku V edycja zbiegła się z realizacją projektu pt.: „Produkt lokalny i tradycyjny szansą rozwoju regionu Naszyjnika Północy“ dofinansowanego przez Fundusz Współpracy w ramach Programu „Agro-Smak2“. Kapituła Konkursowa nagrodziła:

- wianek debrzneński, pstrąg szefa – z cukierni „Angelika“ – Józefa Berendta z Debrzna,
- pierogi z mięsem – z firmy „ODEJEWSKI – ODAN sp. z o.o.,
- chleb wiejski, chleb wiejski razowy „Koprzywieński“ – Kazimierzy Kuli z Nowego Koprzywna,
- chleb wiejski – Małgorzaty Lewickiej z Nowego Koprzywna,
- Intarsja – Michała Iwańczyka z Okonka,
- kartki z suszonymi kwiatami z Doliny Rzeki Debrzynki – Katarzyny Kucharskiej-Józefowicz z Debrzna,
- drzeworyt o tematyce myśliwskiej – Mieczysława Cymbałka z Kłodzina,
- obrazy olejne na płótnie o tematyce regionalnej – Jana Pawlickiego z Debrzna,



Garncarstwo, Człuchów

- tatar z pstrąga – Koła Gospodyń Wiejskich z Łęga,
- Halinę Kiedrowicz z Brus za kultywowanie tradycji kuchni kaszubskiej,
- Klub 4H z Myśligoszczy za działania na rzecz ochrony dziedzictwa kulturalno-przyrodniczego,
- Zespół folklorystyczny „Słupianki“ ze Stupi.

Realizując Program „Marka Lokalna – Naszyjnik Północy“, zostały osiągnięte następujące rezultaty:

- aktywizacja społeczności lokalnych, pobudzenie działań zmierzających do podnoszenia jakości wytwarzanych wyrobów oraz poddania ich weryfikacji konkursowej,
- integracja osób uzdolnionych artystycznie,
- dowartościowanie osób długotrwale bezrobotnych,
- skoordynowanie wszelkich działań związanych z Progra-

mem „Marka Lokalna – Naszyjnik Północy“ oraz lokalną wytwórczością i rękodzielnictwem,

- odkrycie nowych twórców ludowych,
- dokonanie inwentaryzacji i stworzenie bazy danych o lokalnych wytwórcach (ok. 70 osób),
- promocja projektu w mediach,
- promocja – przygotowanie różnorodnych form prezentacji produktów (m.in. stała ekspozycja w siedzibie Stowarzyszenia, prezentacja wyrobów na stronie internetowej, udział w targach, imprezach lokalnych i regionalnych),
- znalezienie nowych rynków zbytu, pośrednictwo – współpraca z zagranicą: Niemcy – gmina Weinbach, Szwecja – gmina Huddingen – wystawy świąteczne z produktami lokalnymi oraz Francja – Paryż – prezentacja wyrobów,
- opracowanie formalno-prawnej procedury nadania Znak Promocyjnego „Marka Lokalna – Naszyjnik Północy“,
- przygotowanie i przeprowadzenie 6 edycji Konkursu Promocyjnego – „Naszyjnik Północy“,
- przygotowanie i druk katalogu,
- otwarcie Galerii Produktów Lokalnych „Naszyjnika Północy“,
- zainteresowanie mieszkańców certyfikacją produktu tradycyjnego.

Działania podjęte przez członków „Naszyjnika Północy“ w zakresie produktu lokalnego pozostają w zgodzie z wizją Zintegrowanej Strategii Rozwoju Obszarów Wiejskich „Naszyjnika Północy“ realizowaną przez Fundację Lokalna Grupa Działania – „Naszyjnik Północy“ w ramach Pilotażowego Programu Leader+ Schemat II:

- Atrakcyjny turystycznie obszar, o czystym środowisku i znacznie wyższej od dzisiejszej jakości życia mieszkańców, dzięki wspólnym działaniom aktywnych społecznie i zawodowo mieszkańców, wykorzystuje walory kulturowo-przyrodnicze mikroregionu dla rozwoju, obok turystyki, drobnej wytwórczości i rzemiosła oraz rolnictwa ekologicznego.

Członkowie „Naszyjnika Północy“ pragną, aby Pomorze Środkowe było regionem chętnie odwiedzanym przez turystów, posiadającym kompleksową ofertę np. w postaci szlaku rowerowego „Greenway Naszyjnika Północy“, bazy rekreacyjno-wypoczynkowej przyjaznej środowisku, całej gamy uznanych produktów lokalnych.

Ogromnie cieszy fakt zakwalifikowania projektu Fundacji LGD – „Naszyjnik Północy“ pt.: „Bogactwem naszyjnika koralik do koralika – wdrażanie ZSRW Naszyjnika Północy w ramach Programu LEADER+“. To oznacza dodatkowe środki na nagrody. Kontynuowane będą działania w ramach II edycji projektu pt.: „Produkt lokalny i tradycyjny szansą rozwoju regionu Naszyjnika Północy“ złożonego przez Stowarzyszenie Na Rzecz Rozwoju Miasta i Gminy Debrno do Programu Agro-Smak.

Opracowała: **Zdzisława Hołubowska**  
LGD Naszyjnik Północy

**Informacja dotycząca wdrażania działania 2.7****Pilotażowy Program Leader + Schemat II**

Na początku marca br. Fundacja Programów Pomocy dla Rolnictwa zakończyła podpisywanie umów z beneficjentami, którzy znaleźli się na pierwszych 80 miejscach listy rankingowej. Od połowy marca rozpoczęto przygotowywanie i podpisywanie umów z kolejnymi beneficjentami, w związku z decyzją Komitetu Monitorującego Sektorowego Programu Operacyjnego „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich, 2004-2006” o przesunięciu dodatkowych środków na działanie 2.7 Pilotażowy Program Leader+ (PPL+). W oparciu o dostępne środki do dnia 13 kwietnia br. podpisanych zostało następujących 70 umów. Obecnie w ramach schematu II PPL+ realizowanych jest 150 projektów na terenie całego kraju. Ilość realizowanych projektów w podziale na województwa przedstawia się następująco:

Wnioski o zaliczkę w wysokości do 20% kosztów całego projektu złożyło 140 Lokalnych Grup Działania. W większości były to wnioski na maksymalną kwotę. FAPA do dnia 25 maja br. zweryfikowała pozytywnie i przygotowała 129 zleceń płatności. Pozostałe wnioski są sukcesywnie uzupełniane i poprawiane przez beneficjentów. Wypłaty środków Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa rozpoczęła pod koniec kwietnia. W dniu 27 marca br. FAPA przeprowadziła szkolenie dla pierwszej grupy beneficjentów składających wnioski o płatność pośrednią. W trakcie szkolenia omówione zostały prawa i obowiązki wynikające z podpisanej umowy, zasady realizacji Zintegrowanych Strategii Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz tryb rozliczeń w ramach schematu II. Kolejne szkolenia przewidziane są na czerwiec.

Województwo	Liczba podpisanych umów	Wartość
Dolnośląskie	11	7 081 744
Kujawsko-pomorskie	13	8 803 040
Lubuskie	8	4 111 380
Lubelskie	4	2 953 270
Łódzkie	9	5 880 284
Małopolskie	16	10 478 149
Mazowieckie	9	5 798 534
Opolskie	4	2 728 425
Podkarpackie	15	9 438 844
Podlaskie	8	5 064 373
Pomorskie	7	4 289 063
Śląskie	9	5 576 844
Świętokrzyskie	9	6 456 125
Warmińsko-mazurskie	8	5 592 300
Wielkopolskie	14	9 886 457
Zachodniopomorskie	6	4 391 436
SUMA	150	98 530 268

## Realizacja Programu Leader na przykładzie Andaluzji<sup>1</sup>

Andaluzja, której powierzchnia sięga 89 000 km<sup>2</sup>, jest największym regionem Hiszpanii<sup>2</sup>. Zamieszkuje ją 7,6 mln mieszkańców. Rolnictwo jest tu ważną dziedziną gospodarki i stanowi ok. 4,9% produktu krajowego brutto w tym regionie, co niemal dwukrotnie przewyższa udział rolnictwa w PKB w skali całego kraju<sup>3</sup>.

Andaluzja jest regionem kontrastów, mimo że cały jej obszar kwalifikuje się do Celu 1<sup>4</sup>, a średni dochód w przeliczeniu na jednego mieszkańca w Hiszpanii wynosi ok. 77,6% średniej UE. Obszary przybrzeżne (np. Costa del Sol) rozwijają się znakomicie dzięki trwającemu od prawie 50 lat, nieprzerwanemu rozkwitowi branży turystycznej. Miasta cenne ze względu na dziedzictwo kulturowe, takie jak Sewilla, Granada i Cordoba, odwiedza około milion turystów rocznie. Wokół dużych miast powstają wysoko rozwinięte przedmieścia.

Rolnictwo Andaluzji jest niezwykle zróżnicowane – od intensywnej i konkurencyjnej produkcji owoców i warzyw, opartej o nowoczesne systemy nawadniania (np. produkcja truskawek w Huelva) – do ogromnych obszarów zależnych wyłącznie od ekstensywnej produkcji oliwek.



Specyfiką struktury andaluzyjskiego rolnictwa jest przewaga właścicieli ziemskich z dużymi gospodarstwami (latyfundi), którzy zatrudniają sezonowych pracowników dziennych, tzw. jornaleros. Około 70% osób aktywnych zawodowo w rolnictwie stanowią właśnie oni, chociaż ich liczba spadła z około pół miliona 15 lat temu do 300 tys. obecnie.

Wyjątkowa niestabilność pracy i bieda jaką cierpią tego typu pracownicy, doprowadziły do tego, że rząd Hiszpanii ustanowił specjalny pakiet opieki socjalnej (PER), który przewiduje minimalną miesięczną płacę dla pracowników zatrudnionych w rolnictwie, w zamian za opłacanie odpowiednich składek, przez co najmniej 3 miesiące pracy w gospodarstwie rolnym. Tego typu system jest nadal podstawą utrzymania dla wielu rodzin hiszpańskich, ale stanowi on również zagrożenie, gdyż zniechęca wielu młodych ludzi do zalegalizowania pracy w rolnictwie.

Zarówno w Andaluzji, jak i w całej Hiszpanii, sytuacja na rynku pracy w ciągu ostatnich 10 lat znacznie się poprawiła. Bezrobocie spadło trzykrotnie, z 31% w 1997 do 10% w 2005 roku, a dystans do pozostałej części Hiszpanii zmniejszył się o połowę. Istnieje jednak

duża dysproporcja. Kobiety są nadal w trudnej sytuacji, a jak wynika z danych za 2005 rok, więcej niż jedna na pięć kobiet była bezrobotna. To wartość, która przewyższa trzykrotnie średnią w UE. Co gorsza, wskaźnik zatrudnienia wśród kobiet wynosi 33%, co stanowi mniej niż połowę wytycznych Strategii Lizbońskiej. W ciężkim położeniu są także ludzie młodzi i mniejszości etniczne, a wynika to z braku alternatywnych źródeł dochodu dla pracowników na terenach wiejskich oraz w najuboższych częściach miast.

W związku z tym, rozległym obszarem środkowej Andaluzji grozi wyludnienie. Ich mieszkańcy emigrują do biedniejszych części dużych miast na wybrzeżu oraz na obszary, na których przeważa rolnictwo intensywne.

### Obecna polityka w sektorze rolnym

Za politykę rolną i rozwój obszarów wiejskich w Andaluzji odpowiada Regionalny Rząd Andaluzji. Departament Rolnictwa i Rybołówstwa jest jednym z najistotniejszych, najsilniejszych wydziałów, zarządzających największą częścią budżetu rządowego. Departament nie tylko silnie wspiera działania ukierunkowane na rozwój rolnictwa, ale także jako pierwszy w Hiszpanii, wspiera oddolne, spójne i zintegrowane regionalnie podejście do rozwoju obszarów wiejskich. Od 1992 roku Rząd Andaluzji stworzył platformę współpracy pomiędzy administracją, pracodawcami i związkami zawodowymi, której celem było utworzenie podstaw i wytycznych dla Regionalnego Planu Rozwoju.

Nie bez znaczenia było to, że pierwszych 9 Lokalnych Grup Działania utworzonych w ramach programu Leader I, odniosło wielki sukces, co przyczyniło się do zarekomendowania dalszej realizacji modelu Leader w regionie. Mechanizm stosowany w programie Leader służył usprawnieniu zarządzania, budowaniu kapitału społecznego i pobudzaniu rozwoju na poziomie lokalnym.

Podczas realizacji drugiego etapu – Leader II, liczba LGD wzrosła do 22, a w ramach programu PRODER<sup>5</sup> powstało kolejnych 27 grup. Łącznie z jeszcze jednym partnerstwem zainicjowanym w ramach innego programu, w Andaluzji utworzono 50 grup partnerskich, co pozwoliło na włączenie znacznej powierzchni obszarów wiejskich do inicjatywy typu Leader. Działalność LGD objęła 89% terytorium regionu, 660 gmin oraz 3 miliony mieszkańców. Zrealizowano przedsięwzięcia o wartości 211,2 mln euro, co w przeliczeniu na lokalną grupę działania dało 4,2 mln euro.

### Kreatywne podejście Rządu Regionalnego Andaluzji względem programu Leader i Lokalnych Grup Działania

Pod koniec realizacji programu Leader II Rząd Regionalny był przekonany do znaczenia realizacji podejścia typu Leader. Przedstawiciele administracji byli w stanie wskazać wymierne, ilościowe rezultaty programu, ale podkreślali także inny wymiar zmian, np.: wzrost optymizmu wśród społeczności lokalnych, odnalezienie tożsamości obszarów wiejskich, istotne wzmocnienie organizacyjno-administracyjnego potencjału na poziomie lokalnym. Uznali także, że wydatki na program Leader i PRODER stanowią wciąż niewielki procent wydatków kierowanych na obszary wiejskie.

<sup>1</sup> Źródło: analiza „The extension of the Leader model in Andalusia. Spain” autor Paula Soto, opracowana przy wykorzystaniu materiałów Francisco Alba Riesgo, na potrzeby zbiorczego raportu Narodowego Centrum Zarządzania Strukturami Gospodarstw Rolnych „The CNASEA Comparative Report on Rural Development Strategies and Programmes in 11 European Countries 2007-13”

<sup>2</sup> Hiszpania jest podzielona na 17 wspólnot autonomicznych, które mają znaczną władzę ustawodawczą i wykonawczą. Każda wspólnota ma swój własny parlament i rząd regionalny (przypis red.).

<sup>3</sup> przypis redakcji

<sup>4</sup> Region, gdzie średni PKB na jednego mieszkańca jest mniejszy niż 7,5% przeciętnego PKB w UE (przypis red.).

<sup>5</sup> PRODER jest inicjatywą typu Leader, realizowaną na podobnych zasadach, z identyczną metodologią oraz instrumentem sieciowania (przypis red.).

W związku z tym, aby rozszerzyć oddziaływanie typu Leader, Rząd Regionalny przedstawił dwa ważne, innowacyjne pomysły.

1) Pierwszy z nich dotyczył utworzenia trójstronnego porozumienia na rzecz rozwoju obszarów wiejskich, podpisanego oficjalnie przez Rząd Regionalny, Federację Pracodawców i najważniejsze związki zawodowe. Członkowie porozumienia postrzegali LGD jako stowarzyszenia zdolne do realizowania polityki na rzecz sektora publicznego w imieniu Rządu Regionalnego. W związku z tym LGD musiały spełnić pewne standardy, takie jak zapewnianie reprezentatywności rad w swoim regionie, wysoka jakość procedur, potencjał administracyjno-organizacyjny pracowników. W regionie ich realizacja obejmowała wspieranie samodzielnej sieci współpracy LGD (Sieć ARA), wspieranie pracy uniwersytetów regionalnych, które organizowały szkolenia i wsparcie dla pracowników LGD (w tym studia wyższe w dziedzinie rozwoju wsi, specjalistyczne szkolenia z zakresu zarządzania w kluczowych obszarach, dostęp do szeregu przewodników, wytycznych, itd.).

Rząd Regionalny upatruje siłę lokalnych partnerstw i doświadczonych zespołów pracowników, funkcjonujących na terenie wszystkich obszarów wiejskich, jako jedno z głównych osiągnięć programu Leader. Proces ten nie jest postrzegany jako jednorazowe przedsięwzięcie. Wprost przeciwnie – planuje się podniesienie jakości pracy samych LGD i ich pracowników, raczej w podejściu długoterminowym, niż narażaniu LGD na nieustające zmiany w kwestii finansowania projektów.

2) Drugi pomysł dotyczył wniosku do wszystkich LGD, o kontynuowanie realizacji lokalnych planów rozwoju<sup>6</sup>, które wybiegały poza ramy programu Leader i PRODER. Każda z grup LGD otrzymała niewielki budżet, przeznaczony na napisanie planu, przy wykorzystaniu do tego celu własnych zasobów lub ekspertów zewnętrznych. Uczestnictwo LGD w opracowywaniu lokalnych planów pomogło w umiejscowieniu tych grup w centrum procesu rozwoju obszarów wiejskich o szerokim zasięgu.

Środki budżetowe przeznaczone na Leader + oraz na drugą turę programu PRODER wynosiły 357 mln euro, do rozdziału pomiędzy 50 LGD na siedem lat ich działalności (czyli około 7,2 mln euro na grupę). Było to jedno z największych działań programu na lata 2000-2006 (po wsparciu na cele rolno-środowiskowe, systemy nawadniania oraz dla przedsiębiorstw sektora rolno-spożywczego).

Kolejną serię innowacyjnych rozwiązań Rząd Regionalny zaprezentował w ostatnim okresie wdrażania.

3) Dzięki programowi PRODER, zapewniono kontynuację działalności 50 LGD oraz zespołów administracyjno-organizacyjnych. Region wykorzystywał środki PRODER na pokrycie części kosztów bieżących, podstawowych kosztów związanych z zarządzaniem i lokalnym rozwojem wszystkich grup. Program Leader natomiast został skierowany dla tych 22 LGD, które opracowały innowacyjne projekty odpowiadające grupom tematycznym programu.

4) Kolejny pomysł dotyczył bardziej konstruktywnego podejścia do współpracy, w tym międzynarodowej. Rząd Regionalny argumentował, że jednym z głównych problemów pierwszego etapu programu Leader była ogromna luka pomiędzy współpracą międzynarodową – często z krajami bardzo odległymi, a współpracą w ramach projektów o podobnym charakterze z własnego regionu, co było pomijane w czasie realizacji programu. W rezultacie zdecydowano o utworzeniu systemu, którego celem było zachęcenie do współpracy w ramach tematyki priorytetowej.

Dzięki temu, zaoszczędzono stosunkowo duży budżet 25 mln euro na cele współpracy, ale prawie 20 mln euro, z tej puli przekazano na sfinansowanie działania w ramach 7 grup tematycznych, które skupiały się na najistotniejszych zagadnieniach dla rozwoju Andaluzji. Każda z tych grup współpracy (lub sieci) składała się z minimum 4 LGD z obszaru Andaluzji, ale mogła mieć w swych kręgach także partnerów z innych regionów, krajów i partnerstw spoza programu Leader (np. z PRODER).

Każda z utworzonych grup otrzymała środki finansowe w wysokości prawie 3 mln euro na okres 3 lat. LGD pełniące funkcję lidera grupy otrzymało 200 000 euro, a każde uczestniczące LGD po 60 000 euro. Każda grupa musiała stworzyć strategię, która zachęcała do współpracy innych uczestników co najmniej na poziomie regionalnym. W ten sposób realizowano wspólne przedsięwzięcia i dawano podwaliny do tworzenia się trójstronnego partnerstwa. Kreowano działania skupione na szeregu konkretnych kwestii, takich jak źródła pochodzenia i żywność ekologiczna w lokalnych grupach producenckich.

5) Ponadto, Rząd Regionalny podjął kroki mające na celu usprawnienie, w porównaniu z innymi regionami Hiszpanii, procesu finansowania i administrowania. Andaluzja otrzymuje fundusze bezpośrednio z UE (a nie za pośrednictwem rządu centralnego) i włącza je do swojego rocznego budżetu. Takie rozwiązanie pomaga w wypłatach zaliczek dla LGD i jest bardziej korzystne niż w innych częściach Hiszpanii. Rząd Regionalny wypłaca zaliczkę w wysokości kwoty przypadającej na pierwszy rok realizacji programu.

W przeciwieństwie do innych regionów Hiszpanii, grupy w Andaluzji nie muszą wypłacać środków beneficjentowi końcowemu, zanim nie otrzymają na ten cel funduszy. LGD zatwierdzają wykonanie prac i przekazują informację do Rządu Regionalnego. To Rząd, a nie LGD, bierze na siebie kwestie finansowe i ewentualne problemy wynikające z braku płynności finansowej. Oznacza to, że w przeciwieństwie do innych hiszpańskich LGD, grupy w Andaluzji nie zadłużają się.

Wybór projektów przeznaczonych do dofinansowania pozostaje całkowicie w gestii LGD, choć muszą one przestrzegać procedur (dotyczących zasad informowania, przejrzystości procedur, itd.) oraz używać kryteriów oceny zatwierdzonych przez Rząd Regionalny. LGD mogą określać własne szczegółowe kryteria, jednakże decyzje w tej sprawie są przedmiotem kontroli ich kwalifikowalności przez Rząd



<sup>6</sup> W Polsce: Zintegrowane Strategie Rozwoju Obszarów Wiejskich (przypis red.).

Regionalny. Do tego celu wykorzystuje się elektroniczny system zarządzania zwany SEGGES. Poza samą kontrolą finansową określa on wszystkie etapy, które musi uwzględniać procedura, pozwala także na bieżące zadawanie i odpowiadanie na pytania dotyczące kwalifikowalności.

Pomimo zastosowanych rozwiązań, kierownicy LGD wciąż uważają, że Leader jest coraz bardziej zbiurokratyzowany, uważają, że przeznaczają oni minimum 50% czasu na sprawy administracyjne, zamiast na prace ze społecznością lokalną.

Rząd Regionalny przeznaczył 100 000 euro na sprawy związane z prowadzeniem grup, co wpływa istotnie na poprawę sytuacji.

Niektóre sposoby na niwelowanie braków, przewyżczenie trudności związanych z nowym okresem programowania

### **Nowa Strategia Rozwoju Obszarów Wiejskich w Andaluzji**

Lokalne Grupy Działania stanowią dobrą podstawę do inicjowania ambitnego, oddolnego procesu, który będzie służył przygotowaniu Nowej Strategii Rozwoju Obszarów Wiejskich Andaluzji. Będzie to pierwsza zintegrowana strategia rozwoju regionalnego dla obszarów wiejskich w tym regionie. Podczas tworzenia strategii brane będą pod uwagę wnioski płynące z wcześniejszego programu oraz doświadczenia wynikające z lokalnych planów strategicznych, przygotowanych przez LGD w początkowej fazie Leader+.

Każde z 50 partnerstw Leader będzie odpowiadało za napisanie cząstkowych planów dla własnego obszaru działalności LGD, w oparciu o wspólną dla wszystkich metodologię. Plany te zostaną poddane wnikliwym konsultacjom z udziałem podmiotów lokalnych w tematycznych grupach roboczych. W wyniku ich pracy, przy zastosowaniu jednolitej metodologii powstaną tematyczne lub sektorowe analizy SWOT, które zostaną połączone wspólnie z analizą dotyczącą danego obszaru, na którym działa LGD. Wyniki tych analiz zostaną poddane konsultacji i dyskusji publicznej, w czasie której wypracowane zostaną także rekomendacje na przyszłość. Propozycje mogą dotyczyć wszystkich zagadnień od działalności kulturalnej po drogi, jednakże z wyłączeniem dużej infrastruktury, takiej jak np. lotniska.

Pięćdziesiąt lokalnych planów rozwoju obszarów wiejskich przygotowanych przez LGD zostanie połączonych najpierw w 8 strategii powiatowych, a następnie w jedną strategię regionalną, która zostanie formalnie przyjęta przez Rząd Regionalny i partnerów społecznych w Andaluzji.

### **Umacnianie reprezentatywności LGD**

Oceniając program Leader w Andaluzji stwierdzono, że LGD osiągnęły wysoki poziom reprezentatywności. Podmioty lokalne typu non-profit otrzymały około 59% głosów w radach, a sektor publiczny około 41%.

Obecnie, oprócz wzmocnienia strategicznej funkcji LGD, Andaluzja rozpoczyna także interesujący proces kreowania LGD, jako „przedstawiciela administracji“ do współpracy na poziomie lokalnym. Bardzo istotne jest zachowanie równowagi we współpracy LGD – administracja (podejście góra-dół) oraz podejścia oddolnego i współpracy na poziomie lokalnym. Zachowanie tej równowagi jest bardzo istotne, ponieważ jakiegokolwiek zaburzenia mogłyby ukierunkować zaangażowanie LGD w niewłaściwą stronę.

Przed wszystkim LGD muszą być rejestrowane jako stowarzyszenia

non-profit, otwarte dla wszystkich członków społeczności lokalnej. W przeszłości niektóre LGD były rejestrowane jako firmy prywatne, i choć nie generowały zysków, to taka forma działalności ograniczała zdolność pozyskania i zarządzania niektórymi rodzajami funduszy publicznych.

Dodatkowo, stowarzyszenia muszą uczestniczyć w procesie planowania strategii na poziomie lokalnym, który został omówiony powyżej. Zgodnie z zasadą Rozporządzenia<sup>7</sup>, Rząd Regionalny nalega, aby rady LGD miały w swych kręgach odpowiednią liczbę reprezentantów organizacji rolniczych, kobiet i młodzieży.

Jedną z nowości Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich jest tworzenie Lokalnych Komitetów ds. Rozwoju Regionalnego (Consejos Comarcales de desarrollo Rural) – każdej o podobnej strukturze reprezentacji określonej przez rząd regionalny.

Zespół LGD będzie funkcjonował jako grupa pracowników Komitetu Lokalnego i będzie przedkładał wszystkie projekty Komitetowi do ostatecznego zatwierdzenia. Rząd Regionalny, dzięki takiemu rozwiązaniu, chciał zapewnić reprezentację wszystkich podmiotów lokalnych w Komitecie oraz niezależność Komitetu od wpływów politycznych. Funkcje przewodniczenia w Komitecie Lokalnym będą podzielone pomiędzy reprezentantów LGD i Rządu Regionalnego.

Ostateczna decyzja dotycząca wyboru projektów do realizacji strategii leży w gestii Lokalnego Komitetu. LGD jednakże muszą postępować zgodnie z procedurą, określoną przez Program Rozwoju Obszarów Wiejskich. Na przykład, LGD muszą stosować ogólnie przyjęte kryteria wyboru projektów (np. wskaźnik zatrudnienia dla grupy docelowej zdefiniowanej w lokalnej strategii, równe szanse w zatrudnianiu, oddziaływanie na środowisko, itd.). Kryteria te muszą stanowić przynajmniej 70% całości punktacji. LGD mogą dodać własne kryteria wyboru i podjąć decyzje, co do ich wpływu na ostateczną ocenę, ale całość musi uzyskać akceptację Rządu Regionalnego.

Tak jak w poprzednim okresie programowania wszystkie projekty będą sprawdzane przez powiatowych przedstawicieli Departamentu ds. Rolnictwa, pod względem kryteriów dostępności. Dzięki elektronicznemu systemowi zarządzania oraz sprawnemu systemowi płatności, proces oceny w Andaluzji będzie przebiegać znacznie szybciej i będzie bardziej przejrzysty, niż w innych regionach Hiszpanii. Zdaniem Rządu Regionalnego, końcowy beneficjent może otrzymać płatność w przeciągu jednego tygodnia od momentu zatwierdzenia inwestycji.

Ważną sprawą będzie monitorowanie składu Lokalnych Komitetów ds. rozwoju obszarów wiejskich i wpływu tych komitetów na Rady LGD. Celem tej kontroli będzie zapewnienie odpowiedniego poziomu reprezentacji interesów lokalnych przy równoczesnym zapewnieniu udziału administracji rządowej.

### **Dostosowywanie granic terytorialnych i poszukiwanie mechanizmów, które brałyby pod uwagę zróżnicowanie obszarów wiejskich**

Wszystkie obszary Andaluzji powinny zostać objęte programem Leader. Inwestycje jednak będą kierowane na obszary odległe, usytuowane poza miastami tak, aby nie przewyższać przyjętego pułapu (100 000) liczby mieszkańców objętego programem. Działania będą mogły być realizowane w miastach o zaludnieniu nieprzekraczającym 50 000 mieszkańców.

Jak już wspomniano, terytoria objęte Leader'em są zbyt duże i zbyt zróżnicowane, co utrudnia stworzenie jednej, spójnej strategii rozwoju. W związku z tym regiony oczekują, że ich liczba LGD zostanie zwiększona.

<sup>7</sup> Rozporządzenia Rady nr 1698/2005 ws. wsparcia rozwoju obszarów wiejskich przez Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (przypis red.).



Rząd Regionalny chce kształtować poziom inwestycji publicznych w zależności od stopnia udziału obszarów wiejskich na danym terenie. W związku z tym testowanych jest szereg wskaźników, aby opracować lepszą typologię obszarów wiejskich, która mogłaby posłużyć jako obiektywna podstawa do określenia poziomu przekazywanych funduszy.

#### **Opracowywanie procedur dla LGD administrujących środkami we wszystkich trzech osiach nowego programu**

Przy ustalaniu Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich w Andaluzji, który jest w chwili obecnej konsultowany z Komisją Europejską, zastanawiano się, czy metoda Leader powinna być stosowana we wszystkich osiach. Przeprowadzono konsultacje z osobami odpowiedzialnymi za główne działania programu. Zastanawiano się m.in., w których z trzech osi podejście Leader mogłoby być najbardziej przydatne. Oczywiście nie we wszystkich obszarach wsparcia sytuacja będzie podobna. Na przykład w regionach, w których rolnictwo jest bardzo istotne i pełni wiodącą funkcję, Leader mógł odegrać istotną rolę w osi 1, np. poprzez tworzenie lokalnych sieci wysokiej jakości produktów żywnościowych. Inaczej sytuacja będzie wyglądała w przypadku regionów, których rozwój jest głównie związany z turystyką.

Mając to na uwadze Rząd Regionalny zdecydował, że LGD zostaną poproszone o przygotowanie programów/planów – jednego podstawowego i trzech szczegółowych, przyporządkowanych poszczególnym osiom zgodnie z Rozporządzeniem. Programy będą musiały być zgodne z założeniami lokalnego planu strategicznego.

Plan podstawowy. Będzie wspólny dla wszystkich obszarów wiejskich Andaluzji i będzie przeznaczony na pokrycie kosztów operacyjnych LGD, na przygotowanie lokalnych strategii, szczegółowych projektów składanych do realizacji w ramach Leader, animację i szkolenia. Plan będzie wspierany 3 szczegółowymi planami lub programami, które pokrywają się z listą działań w każdej z osi, i które wg Rządu Regionalnego są podatne na podejście typu Leader. Są to:

#### Oś 1. Poprawa konkurencyjności sektora rolnego i leśnego.

Leader może być realizowany w następujących działaniach:

- szkolenia i działania informacyjne dla rolników,
- modernizacja gospodarstw rolnych,

- zwiększenie wartości dodanej produktów rolnych i leśnych,
- współpraca na rzecz nowych produktów i nowych technologii,
- poprawa infrastruktury rolniczej i leśnej.

#### Oś 2. Poprawa środowiska naturalnego i zrównoważone użytkowanie terenów wiejskich.

Leader może być realizowany w następujących działaniach:

- wsparcie inwestowania w grunty rolne nieprzeznaczone na cele produkcyjne (granty),
- wsparcie inwestowania w grunty leśne nieprzeznaczone na cele produkcyjne (granty).

#### Oś 3. Jakość życia na obszarach wiejskich i różnicowanie gospodarki wiejskiej.

Leader może być realizowany w następujących działaniach wspierających:

- różnicowanie zatrudnienia z rolniczego na sektory nierolnicze,
- tworzenie, rozwoju, modernizacji mikroprzedsiębiorstw,
- promocję działalności turystycznej,
- rozwój podstawowych usług dla ludności wiejskiej,
- odnowę i rozwój wsi,
- ochronę i zachowanie dziedzictwa obszarów wiejskich,
- szkolenia i działania informacyjne dla uczestników/partnerów gospodarczych,
- budowanie potencjału na bazie strategii rozwoju lokalnego.

LGD będą mogły stawać do konkursów na realizację planów w ramach tych osi wg kryterium jakości oferty i zgodnie z charakterystyką regionu.

Wg wstępnej wersji Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich 2007-2013 konsultowanej obecnie z Komisją Lokalnej Grupy Działania w Andaluzji będą bezpośrednio administrowały 406 milionami euro (15% całego budżetu przewidzianego na Program dla Andaluzji).

Na zakończenie należy podkreślić, że Rząd Regionalny Andaluzji postrzega rozwój spójnych, reprezentatywnych partnerstw, posiadających doświadczone zespoły i pracowników z praktyką w zakresie rozwoju lokalnego, jako podstawę do budowania tożsamości i potencjału obszarów wiejskich oraz sprawnego realizowania podejścia typu Leader w regionie. Warto podkreślić, że andaluzyjskie LGD wypracowały szereg metod i procedur, które mogą być przydatne dla partnerstw z innych krajów UE.

Źródło: analiza „The extension of the Leader model in Andalusia. Spain” autor Paula Soto, opracowana przy wykorzystaniu materiałów Francisco Alba Riesgo, na potrzeby zbiorczego raportu Narodowego Centrum Zarządzania Strukturami Gospodarstw Rolnych „The CNASEA Comparative Report on Rural Development Strategies and Programmes in 11 European Countries 2007-13”

Tłumaczenie: **Barbara Kucharska**

## Sieć Leader+ we Francji

Sieć Leader+ zorganizowana na terytorium Francji ma złożony charakter, gdyż formalnie obejmuje jedną narodową oraz 5 międzyregionalnych struktur. Początkowo Narodowa Jednostka Sieciowa (UNA – Unité National d'Animation<sup>1</sup>) przeprowadziła analizę, mającą na celu określenie, jaki poziom będzie najbardziej odpowiedni przy realizacji zadań sieci. W następstwie badania (jedno z pierwszych zadań UNA) wyróżniono pięć obszarów geograficznych, które stały się podstawą do utworzenia takiej samej liczby sieci międzyregionalnych (RIA – Réseau Interrégional d'Animation), uzupełniających poziom narodowy. Jedną z nich jest sieć międzyregionalna obejmująca zasięgiem 7 z 20 francuskich regionów położonych na wschodzie kraju (RIA Grand Est). Na tym znaczącym obszarze funkcjonują 22 Lokalne Grupy Działania (ze 140 działających w całym państwie).

Część działalności sieci międzyregionalnych jest finansowana na poziomie narodowym, a niektóre zadania, tam gdzie jest to możliwe, współfinansowane są przy udziale własnym. Wyodrębnienie różnych poziomów w postaci narodowych i regionalnych jednostek sieciowych wymaga dobrej koordynacji między ich działalnością oraz wyraźnego zdefiniowania zadań każdej z nich, aby uniknąć ryzyka powtarzania pracy. Jednocześnie niewątpliwą zaletą, w szczególności w dużych państwach, jest łatwiejszy kontakt dzięki zachowanemu poczuciu bliskości w stosunku do Lokalnych Grup Działania.

Lokalne Grupy Działania w programie Leader+ zostały wybrane we Francji w oparciu o dwuetapową procedurę: najpierw regionalną selekcję wstępną na podstawie oceny technicznej, a następnie ostateczną decyzję podjętą przez komitet złożony z przedstawicieli instytucji, jak również partnerów społeczno-gospodarczych oraz organizacji krajowych. Projekty dotyczące współpracy między LGD są zatwierdzane przez komitet ds. wyboru, który zbiera się na spotkania cztery razy do roku. Instytucją zarządzającą programem Leader+ we Francji jest DIACT (odrębna od Ministerstwa Rolnictwa i podlegająca Premierowi agencja ds. zagospodarowania przestrzennego i rozwoju terytorialnego). Dyskusje między partnerami są prowadzone w ramach komitetu sterującego, który zrzesza reprezentantów Lokalnych Grup Działania.

Aktywność narodowej jednostki sieciowej we Francji przejawia się m.in. w przygotowywanych i rozpowszechnianych publikacjach. Wydawany systematycznie przez francuską UNA biuletyn „Gal'axie“, zawierający m.in. zapowiedzi i informacje o wydarzeniach, propozycje współpracy i przykłady prowadzonych projektów oraz magazyn „Pilote“, stanowi dla Lokalnych Grup Działania ważne źródła informacji. Oceniane są one jako pomocne i odpowiadające oczekiwaniom lokalnych partnerów.



### Przykład działań w regionie

Na terenie bretońskiej Lokalnej Grupy Działania „Pays de Dinan“, od dwóch lat funkcjonuje „Espace Femmes“ (fr. „Przestrzeń kobiet“), czyli centrum, które stanowi jednocześnie miejsce spotkań oraz wspólnych przedsięwzięć. Na terytorium objętym zakresem LGD „Pays de Dinan“ liczba kobiet dotkniętych bezrobociem bądź znajdujących się w trudnej sytuacji materialnej, jest największa w całym departamencie Côtes d'Armor. Inicjatywa powołania wspólnego centrum wyszła od samych kobiet. Ostatecznie po konsultacjach z licznymi partnerami społecznymi i spotkaniach w celu opracowania podstawowych założeń projektu, „Espace Femmes“ została otwarta w dawnych koszarach na powierzchni 400 m<sup>2</sup>. W ten sposób powstał rodzaj świetlicy, do której należą osoby z całego terytorium LGD (na 345 osób, 40% pochodzi z 58 gmin rozproszonych w czterech różnych końcach LGD). Miejsce jest otwarte dla wszystkich kobiet, niezależnie od wieku i majątku. Przychodząc do „Espace Femmes“, kobiety mogą wziąć udział w różnorodnych zajęciach, począwszy od kursów jogi, gotowania, poprzez uczestnictwo w prowadzonych dyskusjach, wystawach, czy wreszcie mogą uzyskać porady prawne. Z programu Leader+ pochodziła 1/3 budżetu niezbędnego do funkcjonowania „Espace Femmes“. Centrum nie poprzestaje na pomocy dotychczasowym członkiniom. Włącza do swoich działań także kobiety mieszkające na wsi, które często mają problem z dotarciem do miasta (niedostateczna sieć transportu).

Opracowała: **Marta Leoniak**

Strona internetowa UNA: [www.una-leader.org](http://www.una-leader.org)

<sup>1</sup> Źródło: Strona sieci Leader we Francji [www.una-leader.org](http://www.una-leader.org)

### Sieć Leader w Unii Europejskiej

**Sieć to rodzaj wzajemnych relacji i kontaktów służących wymianie informacji lub współdzielenia zasobów, ze szczególnym uwzględnieniem utrzymania łączności między poszczególnymi ogniwami.**

Pojęcie to zostało również przeniesione na grunt unijnego programu Leader, stając się nieodzownym elementem i narzędziem służącym realizacji jego celów. Sieć Leader umożliwia przede wszystkim kontakty i wymianę doświadczeń, które mogą prowadzić do współpracy w kierunku rozwoju lokalnych zasobów na obszarach wiejskich. Jest to bardzo ważne i najczęściej wymieniane zadanie unijnej sieci.

Jednak przy próbach pełniejszego określenia roli rysuje się obraz szerokiego i wielowymiarowego znaczenia sieciowania. Poczynając od jego praktycznego wymiaru jako forum współpracy i wymiany informacji między osobami zainteresowanymi tymi samymi zagadnieniami, kończąc na budowaniu istotnego, chociaż mniej wymiernego, poczucia przynależności do wspólnoty, eliminującego wrażenie izolacji poszczególnych grup i motywującego do aktywnego poszukiwania i rozwiązywania problemów.

W kontekście realizacji programu Leader Sieć należy postrzeżać jako strukturę istniejącą na różnych poziomach: unijnym, narodowym, a także w niektórych przypadkach międzyregionalnym. Te dwa ostatnie funkcjonują w ramach państwa członkowskiego. Ponadto obok formalnych struktur, uzyskujących środki unijne na realizację swoich funkcji, w niektórych państwach istnieją również nieformalne sieci, stanowiące wsparcie dla Lokalnych Grup Działania. Najczęściej są to stowarzyszenia LGD, aktywne szczególnie w dwóch pierwszych edycjach programu Leader. Z przeprowadzonego w Unii Europejskiej badania wynika jednak, że często sieć jest utożsamiana z narodowymi jednostkami wchodzącymi w jej skład, które są w istocie organizacjami stanowiącymi wsparcie techniczne dla krajowych sieci Leader.

Tymczasem koncepcja połączenia w sieć wszystkich zaangażowanych osób jest zdecydowanie szersza. Jest to system kontaktów istniejących i rozwijanych między zainteresowanymi osobami, gdzie jednostki sieciowe stanowią płaszczyznę dla wspólnych spotkań i współpracy przy wykorzystaniu dostępnych narzędzi. Uczestniczący w badaniu często podkreślali, że sieć to nie tylko kolejna struktura administracyjna. Ich zdaniem jest to struktura stworzona dla Lokalnych Grup Działania, które przy pomocy jednostki sieciowej, same aktywnie uczestniczą w jej rozwijaniu.

Charakterystyczne cechy sieci Leader uwzględniają specyfikę unijnego programu. Jednak obok wspólnych cech, jednostki sieciowe w poszczególnych państwach członkowskich różnią się między sobą zarówno pod względem doboru środków i narzędzi, rodzajami aktywności, statusem prowadzących je organizacji (konsorcja, struktury o charakterze publicznym, organizacje pozarządowe) i stosowanych metod. Ponadto różnice są związane z bogatszymi doświadczeniami państw dawnej „Piętnastki“ (niekiedy jednostki sieciowe funkcjo-

nowały przez kolejne edycje programu) oraz z działającymi od niedawna strukturami w nowych państwach członkowskich. Wszystkie jednak są strukturami służącymi potrzebom Lokalnych Grup Działania, które szukają informacji i wsparcia przy rozwiązywaniu problemów.

Katalog narzędzi, którymi posługują się te organizacje obejmuje m.in.: publikację czasopism, biuletynów, organizację wspólnych imprez i konferencji, prowadzenie baz danych o Lokalnych Grupach Działania oraz aktywnego forum. Wszystkie zorganizowane sieci powinny zapewniać łatwy dostęp do przygotowywanych informacji wszystkim zainteresowanym podmiotom. Zbliżone narzędzia – tylko o szerszym zasięgu – są również wykorzystywane przy tworzeniu sieci na poziomie europejskim.

**W oparciu o dotychczasowe doświadczenia wyniesione z programu Leader, podkreśla się, że skuteczność i efektywność sieci Leader zależy od samych osób w nią włączonych. Innymi słowy funkcjonowanie sieci przekłada się na konkretne działania podejmowane przez partnerów. W grę wchodzi również szereg innych czynników, w tym tworzenie odpowiednich warunków do kontaktów, wymiany doświadczeń i inicjatyw współdziałania przy zachęcaniu do zaangażowania jak największej liczby Lokalnych Grup Działania.** Należy przy tym pamiętać, że budowanie sieci połączeń i kontaktów angażujących lokalne partnerstwa jest raczej procesem długofalowym i wymaga czasu, ale przynosi wiele korzyści w postaci m.in. pomysłów na nowe projekty i utrwalenia zwyczaju współpracy.

Po okresie budowania sieci wokół programu Leader, państwa członkowskie i Unia Europejska zmierzają z wyzwaniem ustanowienia kompleksowej sieci rozwoju obszarów wiejskich. Oznacza to, że w przyszłości sieć kształtować będą również inne podmioty i struktury (nie tylko Lokalne Grupy Działania) związane z szerokim pojęciem rozwoju obszarów wiejskich. Zadaniem sieci obszarów wiejskich będzie uaktywnienie i powiązanie wszystkich podmiotów uczestniczących w realizacji instrumentów polityki rozwoju obszarów wiejskich we Wspólnocie. Niewątpliwie pomocne przy realizacji tego zadania będą poprzednio zgromadzone doświadczenia z działalności sieci w państwach członkowskich oraz na poziomie Wspólnoty. Jednostki zaangażowane w tworzenie sieci na gruncie programu Leader wysuwają różne sugestie dotyczące organizacji sieci obszarów wiejskich, wśród nich wyodrębnienie w jej ramach podsieci, dotyczących m.in. Leader'a, który mógłby otrzymać specjalne wsparcie.

Źródło: Raport „Sieciowanie: doświadczenia Leader'a”, Contact Point  
Opracowała: **Marta Leoniak**

## Turystyczny produkt lokalny na obszarach wiejskich

Dla wielu regionów, małych miast, miasteczek, wsi i osad położonych w bardzo atrakcyjnych miejscach oraz ich małych społeczności jedyną realną szansą na rozwój, na podniesienie jakości życia, na stworzenie nowych miejsc pracy i przez to skuteczną walkę z bezrobociem jest rozwój turystyki. Turystyki w szerszym kontekście – przemysłu turystycznego. Pod pojęciem przemysł turystyczny kryje się wszystko to, co pozornie nie jest związane z turystyką bezpośrednio.

Ruch turystyczny pobudza budowę dróg, stacji benzynowych, stacji obsługi i naprawy samochodów, a więc całej infrastruktury związanej z komunikacją. Stymuluje rozwój telekomunikacji. Wymusza poprawę jakości usług medycznych, pracy służb mundurowych. Pobudza handel, produkcję żywności. Znakomicie wpływa na cały sektor usług, ale również na instytucje kultury. Nie ma praktycznie takiej dziedziny życia społecznego, która nie rozwijałaby się w efekcie rozwoju turystyki. Zwiększenie ruchu turystycznego w danej miejscowości, czy regionie powoduje ożywienie gospodarcze, które – umiejętnie sterowane – wprowadza region na ścieżkę stałego rozwoju. Dlatego też niemal w każdej strategii polskich samorządów rozwój turystyki jest jednym z głównych celów działań.



W tym miejscu powstają pytania: jakie praktyczne działania należy podejmować, żeby do takiego rozwoju doszło? Jak ograniczyć negatywne zjawiska, które towarzyszą opisanemu procesowi, tak żeby rozwój turystyczny zamiast dobrodziejstwem nie stał się przekleństwem? Co robić, żeby turystyka była zrównoważona, przyjazna środowisku? Mamy przecież w Polsce wiele miejsc o wielkim potencjale, o przebogatach atrakcjach przyrodniczych, również tych tworzonych ręką człowieka, o wspaniałym dziedzictwie kulturowym. Mimo to nic się tam nie dzieje.

Aby uruchomić potencjał, który drzemie w regionie, trzeba, aby powstał bogaty w atrakcje, profesjonalnie przygotowany i umiejętnie wypromowany lokalny produkt turystyczny. Warunkiem jego powstania jest konieczność praktycznego wykształcenia ludzi w zawodach gwarantujących prawidłową obsługę turysty. Potrzebne jest również odpowiednio skoordynowane i zaplanowane, podzielone na etapy działanie zarówno samorządu lokalnego, organów administracji rządowej, jak i społeczeństwa w dobrze pojętym, wspólnym interesie. Jednak najważniejsza jest sama koncepcja stworzona po wnikliwej inwentaryzacji wszystkich atrakcji, zasobów, materialnych i niematerialnych składników dziedzictwa kulturowego, istniejącej infrastruktury turystycznej, komunikacyjnej i innych.

Na każdy produkt turystyczny składają się:

Atrakcyjność przyrodnicza – rozumiana nie tylko jako rezerваты, parki narodowe, jaskinie, wodospady, pomniki przyrody, dziwy natury, ale także jako krajobraz, urzekający paletą barw zmieniających się wraz z porami roku. To całe królestwo roślin i zwierząt, które występuje w danym regionie i na które należy nauczyć się patrzeć oczyma potencjalnych turystów.

Dziedzictwo kulturowe trzeba rozumieć szeroko jako wszelkie ślady działalności ludzkiej, nie tylko jako budowle lub dzieła sztuki zebrane w muzeach, cuda techniki, wspaniałe mosty, kopalnie soli czy ślady naszej historii. Niemniej interesujące jest bogate dziedzictwo kulinarne. Najbardziej sympatyczny, a jednocześnie smaczny sposób poznawania innych to wspólne biesiadowanie. Najczęściej turyści najlepiej zapamiętują regionalne potrawy, dania, trunki, wytwarzane, przetwarzane i oferowane zgodnie z tradycją. Dziedzictwo kulturowe to również wytwory rzemiosła, rękodzieła, stroje, muzyka, taniec, miejscowe obrzędy i zwyczaje. Jednym słowem – folklor.

Wyobrażenie miejsca, wyobrażenie regionu w świadomości turystów, do których skierowana jest oferta. To wyobrażenie buduje się często mozolnie i długo poprzez różne metody promocji. Bardzo skuteczna jest promocja wykorzystująca element historii, np. rekonstrukcje bitew, czy innych wydarzeń historycznych, tworzenie skansenów historycznych, organizację festiwali, wydarzeń sportowych lub kulturalnych. Często jest to starannie wyreżyserowane i zaplanowane wydarzenie, któremu nadano medialną oprawę. To wszystko, co służy budowaniu atrakcyjnego, pozytywnego obrazu jest budową marki, rozpoznawalnego i kojarzonego „znaku”. Posiadanie marki jest jednym z kluczy do sukcesu.

Infrastruktura turystyczna regionu, czyli jakość bazy noclegowej, bazy gastronomicznej oraz jakość i rodzaj usług towarzyszących, zagospodarowanie czasu wolnego turysty. Niemniej ważna jest tu jakość usług bankowych, pocztowych, transportu lokalnego, a dla turystów w podeszłym wieku standard usług medycznych. Ponadto praca służb ratowniczych i porządku publicznego ma ogromne znaczenie dla zapewnienia bezpieczeństwa i ochrony przed różnego typu zagrożeniami, w tym epidemiologicznymi czy przestępstwami pospolitymi.

Dostępność pod względem komunikacyjnym, czyli położenia w stosunku do głównych szlaków komunikacyjnych, lotnisk, portów, węzłów komunikacyjnych.

Cena – każdy potencjalny klient widzi produkt turystyczny przez pryzmat ceny.

Zupełnie inaczej produkt turystyczny powinien widzieć ten, kto tworzy ofertę, a więc ten, kto chce sprzedawać swój produkt w turystyce. Dla niego najważniejszą rzeczą powinno być znalezie-

nie jądra produktu, a więc ustalenie z jak największą dokładnością zakupu produktu przez potencjalnych turystów. Ten, kto tworzy produkt turystyczny, powinien odpowiedzieć sobie na pytanie: dlaczego turysta może chcieć przyjechać? Dlaczego wybierze właśnie to, a nie inne miejsce? Jeśli odwołamy się do tego, co zostało zdefiniowane jako składowe produktu, istotne dla kupującego ofertę, to wnioski nasuną się same.

Na pozytywną decyzję potencjalnego turysty będą miały wpływ wszystkie składowe produktu turystycznego. Jedne w mniejszym, inne w większym stopniu, w zależności od segmentu rynku, na którym zawsze panuje konkurencja. Z punktu widzenia tworzącego ofertę, składowe produktu to coś rzeczywistego, a więc konkretne warunki noclegu, jakość proponowanego menu, transport, jak również to wszystko, co zostanie zaoferowane turyście dodatkowo. Z punktu widzenia tworzącego lokalny produkt turystyczny wszystko to jest drogą do osiągnięcia celu.

Pierwszym etapem budowy lokalnego produktu turystycznego jest inwentaryzacja wszystkich składowych produktu, przeprowadzenie pełnej, dokładnej analizy słabych i mocnych stron przyszłej oferty turystycznej. W pierwszej kolejności należy stworzyć katalog atrakcji turystycznych i przyrodniczych pod kątem wykorzystania ich w turystycznym rozwoju regionu. Następnym etapem jest przeprowadzenie dokładnego i szczegółowego spisu tego wszystkiego, co składa się na dziedzictwo kulturowe we wszystkich aspektach. Dopiero szczegółowa analiza zebranego materiału pozwala na tworzenie strategii w tym zakresie. Strategia jest potrzebna przede wszystkim w celu koordynacji działań i opracowania uzgodnionego ze wszystkimi społecznymi partnerami programu budowy lokalnego produktu turystycznego. Powodzenie wdrożenia strategii budowy lokalnego produktu turystycznego będzie zależało od budowy wokół niego tzw. klasteringu, a więc porozumienia w sprawie, które w bliższej i dalszej perspektywie postawi przed jego twórcami zadania do wykonania.

Taka przemyślana, oparta na solidnych podstawach działalność musi uwzględniać w części wykonawczej zasadę będącą podstawą wolnego rynku, a więc swobodę działalności gospodarczej. Ważną rolę odgrywają tu zarówno liderzy społeczności lokalnych, jak również samorządy. Te ostatnie, mimo że często nie są dysponentami środków na inwestycje w infrastrukturę turystyczną, mają w rękach wspaniałe narzędzia – decyzje. Bo przecież to samorząd może poprzez swoje decyzje przygotować grunty pod inwestycję, udzielić wymaganych pozwoleń, często na zasadach preferencyjnych, pod warunkami wpisania się inwestora swymi działaniami w przyjęty plan rozwoju. Dlatego też żadne rozwiązanie typu klastering, bez pełnego udziału samorządu oraz organów administracji rządowej nie powiedzie się.

Jak z tego widać rozwój turystyki, szczególnie na obszarach wiejskich, to proces, który musi być prowadzony na wielu obszarach życia społecznego, ale jednocześnie musi być tak zarządzany i koordynowany, aby występował efekt synergii. Zarządzanie takim rozwojem wymaga powstawania centrów koordynacyjnych, składających się z liderów lokalnej społeczności.

W takim wypadku Unia Europejska stawia na partnerstwo społeczno-publiczno-gospodarcze. Koordynacja działań w zakresie środków pomocowych powinna konkretnymi działaniami i inwestycjami stanowić realizację przyjętej strategii.

To w rękach LGD i partnerstw powinny znajdować się środki na promocję, szkolenie i planowanie poszczególnych elementów tej skom-



plikowanej układanki. Bardzo ważne jest budowanie świadomości lokalnej poprzez poznawanie pozytywnych przykładów zarówno z kraju, jak i zagranicy. Wyjazdy studyjne po-szerzają horyzonty, bardzo szybko i skutecznie likwidują wszelkiego rodzaju bariery mentalne oraz dają dobre wzorce do naśladowania. Praktyczne szkolenia w zawodach związanych z obsługą ruchu turystycznego, szczególnie w krajach i regionach, to najszybszy sposób osiągnięcia poziomu gwarantującego konkurencyjność oferty. To właśnie powinno stanowić najważniejszą część współpracy z innymi regionami europejskimi. Uczenie się od innych i przenoszenie doświadczeń na własny grunt nie jest wstydem, ale mądrym działaniem, które zawsze się opłaca.

**dr Grzegorz Russak**

Prezes Polskiej Izby Produktu Regionalnego i Lokalnego  
[www.produktyregionalne.pl](http://www.produktyregionalne.pl)

## Informacje Krajowej Sieci Leader +

W ramach projektu Krajowej Sieci Leader+ (KSL+) w dniach od 16 kwietnia do 15 maja 2007 roku zorganizowano warsztaty dla przedstawicieli wszystkich Lokalnych Grup Działania, których celem było poszerzenie wiedzy i doskonalenie umiejętności w zakresie rozliczania projektów realizowanych w ramach Schematu II Działania 2.7 Pilotażowego Programu Leader+ oraz zasad wdrażania osi 3 „Poprawa jakości życia na obszarach wiejskich i różnicowanie gospodarki wiejskiej” (PROW 2007-2013). Uczestnicy warsztatów pozytywnie ocenili przebieg szkolenia oraz podkreślili potrzebę prowadzenia merytorycznych spotkań tego typu w przyszłości.

W dniach 25-26 maja br. odbyła się w Radomiu pierwsza z trzech konferencji KSL+ zatytułowana „Budowanie poparcia społecznego dla rozwoju wsi”. Program konferencji był merytorycznie przemyślany i bardzo urozmaicony. Został on podzielony na część wykładową, warsztaty oraz wyjazd studyjny. Podczas trwania konferencji zaprezentowano bardzo interesujące przykłady przedsięwzięć realizowanych przez LGD oraz przez partnerstwa przygotowujące się do uczestniczenia w osi Leader w nowym okresie programowania. Były to prezentacje LGD „Zielone Bieszczady”, „Partnerstwo Doliny Środkowej Odry”, „Trzy Doliny”, „Unia Nadwarciańska” oraz Partnerstwo Puszczy Kozienickiej „Lokomotywa”.

W trakcie konferencji przyznano nagrody Krajowej Sieci Grup Partnerskich na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju. Tytuł Grupy Partnerskiej Roku przypadł Grupie Partnerskiej „Wrzosowa Kraina”, tytuł Projektu Roku otrzymało „Ekomuzeum Trzy Kultury w Lutowiskach” Grupy Partnerskiej „Zielone Bieszczady”, zaś tytuł Animatora Partnerstwa Roku otrzymał Rafał Plezia z Partnerstwa Doliny Środkowej Odry.

Uczestnikom konferencji zaprezentowano także działania realizowane na rzecz sieci Leader+ w kraju oraz przybliżono idee sieciowania w Unii Europejskiej. Przedstawiono ciekawe prezentacje dotyczące realizacji programu Leader na przykła-

dzie Węgier i projektów współpracy zainicjowanych w hiszpańskiej Galicji. W programie konferencji zaprezentowano także analizę stanu wdrażania programu Leader+ w Polsce. W ramach warsztatów uczestnikom przekazana została praktyczna wiedza na temat aktualnych problemów LGD związanych z budowaniem partnerstwa, tworzeniem strategii oraz z realizacją i rozliczaniem projektów w ramach Pilotażowego Programu Leader+.

Jeżeli będziecie Państwo zainteresowani dodatkowymi informacjami na ten temat prosimy o kontakt za pośrednictwem strony [www.leaderplus.org.pl](http://www.leaderplus.org.pl), [siec\\_leader@fapa.org.pl](mailto:siec_leader@fapa.org.pl).

## Zwłastun letniego wydania Kwartalnika

Już teraz zapraszamy do lektury następnego, sierpniowego wydania Kwartalnika, w którym między innymi zaprezentujemy artykuł poświęcony współpracy polsko-węgierskiej w ramach Programu Leader oraz zapoznamy Państwa z regionem gdzie wciąż żywe są tradycje Lachów, Łemków i Czarnych Górali. Stowarzyszenie „Perły Beskidu Sądeckiego” przedstawi nam swoją malowniczą Małą Ojczyznę, położoną wśród górskich przysiółków gminę Łabowa, Nawojowa, Piwniczna-Zdrój i Rytro, gdzie tworzą utalentowani artyści i przedstawiciele ginących zawodów, a wśród nich koronczarki, hafciarki, maziarze, bednarze, rękawicznicy i gobeliniarki.



## Nawiązywanie współpracy pomiędzy LGD z Niemiec, Polski, Węgier i Czech

W dniach 8-10 maja 2007 roku w Bad Staffelstein w Bawarii odbyła się konferencja zorganizowana przez niemiecką sieć Leader+ poświęcona współpracy lokalnych grup działania z czterech krajów: Czech, Niemiec, Polski i Węgier. Wspólnie zastanawiano się jak sprawić, aby wspólne działanie przyniosły jak najlepsze korzyści dla lokalnych społeczności.

Współpraca między LGD nie rozwinię się sama, ktoś musi wyjść z inicjatywą, ktoś inny musi ją podjąć. Wydawało się, że lokalne grupy będą chętnie korzystały z możliwości współpracy, jaką daje struktura Leader. Tymczasem nie jest z tym najlepiej, również w Niemczech.

Polskie Lokalne Grupy Działania od początku swego istnienia nawiązują kontakty bilateralne i wielostronne. Przykładem są między innymi relacje nawiązane przy okazji konferencji organizowanych przez Contact Point Leader+, w trakcie spotkania w Tihany na Węgrzech, które odbyło się w listopadzie ubiegłego roku, czy w trakcie spotkania na Korsyce w kwietniu tego roku. W trakcie konferencji w Bad Staffelstein dyskutowano m.in. o tym, jak niwelować przeszkody, które wpływają na współpracę. Jednym z utrudnień, jakie wymieniono, był brak środków finansowych. Podkreślono równocześnie, że ta bariera prawdopodobnie została usunięta, przynajmniej w odniesieniu do 150 LGD, które realizują swoje strategie dzięki finansowemu wsparciu pochodzącemu ze środków UE i budżetu państwa w ramach II schematu Pilotażowego Programu Leader+.

Istotną przeszkodą nawiązywaniu bezpośredniej współpracy pomiędzy LGD z innych krajów jest nieznanostwo języków obcych. Warto mieć to na uwadze i niezbędne jest poszukiwanie sposobów na pokonywanie tego typu barier. Tak liczny udział Polaków w konferencji listopadowej na Węgrzech był możliwy w dużej mierze dzięki zapewnieniu profesjonalnego tłumaczenia na język polski. Jednakże, oprócz korzystania z usług tłumaczy, warto doskonalić własne umiejętności językowe, zapraszać do współpracy nauczycieli języków obcych, osoby młode, np. studentów, którzy mogliby służyć wsparciem nie tylko w zakresie tłumaczeń.

Wspólne spotkania z przedstawicielami LGD w innych krajach Europy, to z jednej strony znakomita okazja podpatrywania rozwiązań, które tam przyniosły oczekiwane rezultaty i zastosowania ich wprost na własnym terenie lub dostosowania ich do lokalnych warunków. Z drugiej strony, uczestnictwo w wyjazdach studyjnych, nawiązywanie i podtrzymywanie kontaktów z osobami z innych krajów oraz odmiennych kulturowo regionów, to dobry sposób na poszerzanie współpracy w ramach Leader'a i angażowanie w nią innych partnerów.

Spotkanie w Bad Staffelstein ukierunkowane było w dużej mierze na lepsze, wzajemne poznanie się i nawiązanie pierwszych kontaktów. Niemieckie LGD poszukują partnerów w sąsiednich krajach, również w Polsce, do konkretnych projektów, np. do wspólnej realizacji międzynarodowego szlaku

rowerowego R1 z Petersburga do Amsterdamu, czy polsko-niemieckiego szlaku konnego.

Projekt współpracy międzynarodowej powinien być dobrze przygotowany, zorganizowany i konsekwentnie przeprowadzony. Wymaga to pewnej wiedzy, umiejętności i determinacji. Tę wiedzę należy nieustannie poszerzać, umiejętności doskonalić i uczyć się konsekwencji oraz odpowiedzialności.

Do udziału w konferencji w Bad Staffelstein zgłosiło się 10 osób, ale aż trzy z nich nie pojawiły się na konferencji nie powiadamiając organizatorów. Powstałe w ten sposób straty są wielorakie. Zajęte zostały miejsca, które prawdopodobnie wykorzystalby ktoś inny, a za które organizatorzy niestety musieli zapłacić. Największą stratę ponieśli ci, którzy mimo wcześniejszego zgłoszenia, na konferencję nie pojechali, nie skorzystali z szansy, aby nauczyć się czegoś nowego, stracili okazję do nawiązania kontaktów i – trzeba stwierdzić z przykrością – nadwyrężyli nie tylko własną reputację.

Konferencja była dobrą okazją do nauczania się, doskonalenia i rozwijania zasad współpracy. Ci, którzy w niej uczestniczyli z pewnością wynieśli z tego spotkania wiele korzyści. W polskiej grupie wyróżniał się pan Piotr Kosowiec z Fundacji Leader Wałecki. Wielu reprezentantów zagranicznych LGD kontaktowało się z nim i proponowało współpracę. Kilka z tych LGD ma już konkretne propozycje projektów współpracy i zobowiązałem się, że po ich otrzymaniu zamieścimy te propozycje na stronach www, w kwartalniku, roześlemy pocztą elektroniczną do wszystkich lub wybranych LGD w naszym kraju.

Warto systematycznie odwiedzać strony internetowe sieci Leader [www.leaderplus.org.pl](http://www.leaderplus.org.pl). Między innymi można tam znaleźć ciekawe propozycje współpracy publikowane w informatorze Flash News, wydawanym przez Leader+ Contact Point w Brukseli, a tłumaczonym dla Państwa na język polski. Przypomnijmy, współpraca międzynarodowa jest kosztem kwalifikowalnym w II Schemacie i w jeszcze szerszym zakresie będzie wspierana w nowym okresie programowania w latach 2007-2013.

**Andrzej Hałasiewicz**  
FAPA



[www.leaderplus.org.pl](http://www.leaderplus.org.pl)



Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi  
[www.minrol.gov.pl](http://www.minrol.gov.pl)



Fundacja Programów Pomocy dla Rolnictwa FAPA  
[www.fapa.org.pl](http://www.fapa.org.pl)



Krajowa Rada Izb Rolniczych  
[www.krir.pl](http://www.krir.pl)



Centrum Doradztwa Rolniczego  
[www.cdr.gov.pl](http://www.cdr.gov.pl)



Forum Aktywizacji Obszarów Wiejskich  
[www.faow.org.pl](http://www.faow.org.pl)



Unia Europejska