

| Cel ogólny  | Cel szczegółowy   | Przedsięwzięcie   | Wskaźniki produktu  | Stan początkowy | Stan docelowy                             | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika produktu | Cel szczegółowy   | Wskaźniki rezultatu   | Stan początkowy | Stan docelowy  | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika rezultatu  | Cel ogólny  | Wskaźniki oddziaływania  | Stan początkowy | Stan docelowy   | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika oddziaływania   |
|---|---|---|---|-----------------|---|--|---|---|-----------------|--|--|---|--|-----------------|---|---|
| CO.1 Stworzenie spójnej oferty turystycznej w oparciu o racjonalne wykorzystanie zasobów przyrodniczych i kulturowych regionu | CS.1.1 Tworzenie i rozwijanie infrastruktury turystycznej | P.1.1 „Bliisko Przyrody” – wsparcie infrastruktury turystycznej w ramach nabycykiego systemu szlaków. | ilość nowo utworzonych/ zmodernizowanych/ wyposażonych obiektów lub zagospodarowanych terenów przy szlakach turystycznych, w tym zachowujących tradycje architektoniczne obszaru. | 0               | 12 obiektów lub zagospodarowanych terenów | protokół odbioru, zdjęcia.                         | CS.1.1 Tworzenie i rozwijanie infrastruktury turystycznej | Wzrost rozpoznawalności specyfiki obszaru wśród mieszkańców w odniesieniu do zachowania tradycji architektonicznych obszaru | 0               | Min. 10 złożonych wniosków z wykorzystaniem katalogu | katalog małej architektury; strona www.architektura.barycz.pl;ilość złożonych wniosków   | CO.1 Stworzenie spójnej oferty turystycznej w oparciu o racjonalne wykorzystanie zasobów przyrodniczych i kulturowych regionu | Wzrost liczby turystów uznających za atrakcyjną przyrodniczo i nawiązującą do tradycji architektonicznych ofertę turystyczną (infrastrukturę szlaków) Doliny Baryczy | 0               | 55% turystów uznaje ofertę za atrakcyjną i nawiązującą do tradycji architektonicznych | badania ankietowe, bezpośrednio pośród turystów odwiedzających region oraz pośrednie poprzez ankietę na serwisach internetowych, ilość wejść i (www.architektura_barycz.pl) |
|   |   |   | ilość nowo utworzonych/ zmodernizowanych szlaków turystycznych i ścieżek przyrodniczych   | 0               | 4 sztuki                                  | protokół odbioru, zdjęcia.                         |   | ilość osób korzystających z oferty szlaków turystycznych, ścieżek przyrodniczych lub obiektów                               | 0               | Min. 3000 osób do 2015 r.                            | obserwacja, badania szacunkowe, dane od usługodawców, beneficjentów, ilość wejść na strony, ilość rozdyskutowanych materiałów informacyjnych |   | Wzrost liczby osób rozpoznających markę obszaru  | 0               | 500 osób/rocznie  | badania ankietowe   |

| Cel ogólny  | Cel szczegółowy   | Przedsięwzięcie  | Wskaźniki produktu   | Stan początkowy | Stan docelowy             | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika produktu            | Cel szczegółowy   | Wskaźniki rezultatu  | Stan początkowy | Stan docelowy      | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika rezultatu   | Cel ogólny  | Wskaźniki oddziaływania  | Stan początkowy | Stan docelowy   | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika oddziaływania  |
|---|---|--|--|-----------------|---------------------------|---|---|--|-----------------|--------------------|---|---|--|-----------------|---|--|
| CO.1 Stworzenie spójnej oferty turystycznej w oparciu o racjonalne wykorzystanie zasobów przyrodniczych i kulturowych regionu | CS.1.2 Tworzenie, rozwijanie i wsparcie oferty turystycznej i edukacyjnej | P.1.2 „Spokojna w naturze” - kwalifikowana oferta turystyczna i edukacyjna | ilość publikacji, baz danych, narzędzi informacyjnych dotyczących ofert turystycznych i edukacyjnych | 0               | 5 publikacji, narzędzi    | protokół, sztuki wg danych z projektów i wniosków o płatność. | CS.1.2 Tworzenie, rozwijanie i wsparcie oferty turystycznej i edukacyjnej | Liczba osób korzystających z nowej oferty turystycznej i edukacyjnej | 0               | Min 2500 do 2015   | badania ankietowe, obserwacja – badania szacunkowe, ilość rozdyskutowanych materiałów informacyjnych, ilość wydarzeń promocyjnych, ilość osób korzystających z baz danych, ilość osób korzystających ze sprzętu | CO.1 Stworzenie spójnej oferty turystycznej w oparciu o racjonalne wykorzystanie zasobów przyrodniczych i kulturowych regionu | Wzrost liczby turystów uznających za atrakcyjną przyrodniczo i nawiązującą do tradycji architektonicznych ofertę turystyczną (infrastrukturę szlaków) Doliny Baryczy | 0               | 55% turystów uznaje ofertę za atrakcyjną i nawiązującą do tradycji architektonicznych | badania ankietowe, bezpośrednio pośród turystów odwiedzających region oraz pośrednie poprzez ankietę na serwisach internetowych, ilość wejść i (www.architektura_barycz.pl; www.barycz.pl) |
|   |   |  | ilość sprzętu zakupionego na potrzeby działań w ramach nowych ofert turystycznych i edukacyjnych     | 0               | Min. 150 sztuk do 2014 r. | protokół, sztuki wg danych z projektów i wniosków o płatność. |   | ilość odwiedzin serwisów internetowych promujących region            | 0               | 5 000 osób/rocznie | licznik wejść na strony   |   | Wzrost liczby osób rozpoznających markę obszaru  | 0               | 500 osób/rocznie  | badania ankietowe  |

| Cel ogólny  | Cel szczegółowy  | Przedsięwzięcie  | Wskaźniki produktu   | Stan początkowy | Stan docelowy                                | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika produktu   | Cel szczegółowy  | Wskaźniki rezultatu   | Stan początkowy | Stan docelowy                 | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika rezultatu   | Cel ogólny 1  | Wskaźniki oddziaływania  | Stan początkowy | Stan docelowy   | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika oddziaływania   |
|---|--|--|--|-----------------|--|--|--|---|-----------------|-------------------------------|---|---|--|-----------------|---|---|
| CO.1 Stworzenie spójnej oferty turystycznej w oparciu o racjonalne wykorzystanie zasobów przyrodniczych i kulturowych regionu | CS.1.3 Promocja walorów przyrodniczo-kulturowych oraz oferty turystycznej Doliny Baryczy | P.1.3 „Znana Dolina” - promocja regionu, jego walorów oraz oferty turystycznej | Liczba nowych wydawnictw (między innymi serwisów, publikacji) promujących region                       | 0               | 15 wydawnictw                                | dane własne biura, badania ankietowe beneficjentów, protokoły odbioru, zdjęcia, egzemplarze przekazane przez beneficjentów | CS.1.3 Promocja walorów przyrodniczo-kulturowych oraz oferty turystycznej Doliny Baryczy | Liczba osób korzystających z działań promujących dla Doliny Baryczy | 0               | Min. 20000 osób do końca 2015 | protokoły przekazania, listy dystrybucyjne materiałów, dane od uczestników/organizatorów wydarzeń | CO.1 Stworzenie spójnej oferty turystycznej w oparciu o racjonalne wykorzystanie zasobów przyrodniczych i kulturowych regionu | Wzrost liczby turystów uznających za atrakcyjną przyrodniczo i nawiązującą do tradycji architektonicznych ofertę turystyczną (infrastrukturę szlaków) Doliny Baryczy | 0               | 55% turystów uznaje ofertę za atrakcyjną i nawiązującą do tradycji architektonicznych | badania ankietowe (bezpośrednie pośród turystów odwiedzających region oraz pośrednie poprzez ankietę na serwisach internetowych). |
|   |  |  | Liczba wydarzeń lokalnych i działań regionalnych, krajowych i zagranicznych promujących Dolinę Baryczy | 0               | 25 wydarzeń (mprezy, targi, seminaria, etc.) | program, zdjęcia, plakaty, zaproszenie   |  | ilość odwiedzin serwisów internetowych promujących region           | 0               | 5 000 osób/rocznie            | licznik wejść na strony   |   | Wzrost liczby osób rozpoznających markę obszaru  | 0               | 500 osób/rocznie  | badania ankietowe   |

| Cel ogólny  | Cel szczegółowy   | Przedsięwzięcie   | Wskaźniki produktu   | Stan początkowy | Stan docelowy            | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika produktu | Cel szczegółowy   | Wskaźniki rezultatu  | Stan początkowy | Stan docelowy                           | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika rezultatu             | Cel ogólny 1  | Wskaźniki oddziaływania  | Stan początkowy | Stan docelowy   | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika oddziaływania   |
|---|---|---|--|-----------------|--------------------------|--|---|--|-----------------|---|---|---|--|-----------------|---|---|
| CO.1 Stworzenie spójnej oferty turystycznej w oparciu o racjonalne wykorzystanie zasobów przyrodniczych i kulturowych regionu | CS.1.4 Wsparcie na rzecz rozwoju przyjaznej środowisku oferty regionu | P.1.4 „Siła w naturze” - wsparcie infrastruktury i działań proekologicznych | ilość proekologicznych działań (modernizacja wydawnictw, publikacje) | 0               | Min. 4 działania do 2015 | protokoły zwadawco – odbiorcze - zdjęcia           | CS.1.4 Wsparcie na rzecz rozwoju przyjaznej środowisku oferty regionu | ilość, odbiorców proekologicznych działań lub chronionych gatunków | 0               | Min 100 osób do 2015 lub min 5 gatunków | dane od beneficjentów, lista uczestników, wykaz gatunków / prac | CO.1 Stworzenie spójnej oferty turystycznej w oparciu o racjonalne wykorzystanie zasobów przyrodniczych i kulturowych regionu | Wzrost liczby turystów uznających za atrakcyjną przyrodniczo i nawiązującą do tradycji architektonicznych ofertę turystyczną (infrastrukturę szlaków) Doliny Baryczy | 0               | 55% turystów uznaje ofertę za atrakcyjną i nawiązującą do tradycji architektonicznych | badania ankietowe (bezpośrednie pośród turystów odwiedzających region oraz pośrednie poprzez ankietę na serwisach internetowych). |
|   |   |   | ilość proekologicznych działań (modernizacja wydawnictw, publikacje) | 0               | Min. 4 działania do 2015 | protokoły zwadawco – odbiorcze - zdjęcia           |   | ilość, odbiorców proekologicznych działań lub chronionych gatunków | 0               | Min 100 osób do 2015 lub min 5 gatunków | dane od beneficjentów, lista uczestników, wykaz gatunków / prac |   | Wzrost liczby osób rozpoznających markę obszaru  | 0               | 500 osób/rocznie  | badania ankietowe   |

| Cel ogólny  | Cel szczegółowy  | Przedsięwzięcie  | Wskaźniki produktu  | Stan początkowy | Stan docelowy   | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika produktu                    | Cel szczegółowy  | Wskaźniki rezultatu  | Stan początkowy | Stan docelowy                              | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika rezultatu  | Cel ogólny  | Wskaźniki oddziaływania   | Stan początkowy | Stan docelowy   | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika oddziaływania                       |
|---|--|--|---|-----------------|---|---|--|--|-----------------|--|--|---|---|-----------------|---|---|
| CO.2 Różnicowanie działalności gospodarczej i rolniczej w powiązaniu ze spójną ofertą turystyczną regionu | CS.2.1 Stworzenie i promocja markowej oferty regionu Doliny Baryczy łączącej usługi i produkty lokalne | P.2.1 „Dolina Baryczy Poleca” – wsparcie certyfikowanych producentów i usługodawców. | Liczba działań promujących (spotkania, szkolenia, seminaria) skierowanych do producentów i usługodawców posługujących się znakiem „Dolina Baryczy Poleca” | 0               | min. 20 do 2015 r.                                    | zdzjęcia, program wydarzenia, informacja prasowa, relacja na stronie. | CS.2.1 Stworzenie i promocja markowej oferty regionu Doliny Baryczy łączącej usługi i produkty lokalne | Liczba producentów i usługodawców, którzy utrzymali znak promocyjny minimum przez 2 lata lub kandydatów do znaku | 0               | Min. 8 użytkowników lub kandydatów rocznie | Sprawozdania Kapituły Znaku  | CO.2 Różnicowanie działalności gospodarczej i rolniczej w powiązaniu ze spójną ofertą turystyczną regionu | Wzrost rozpoznawalności znaku „Dolina Baryczy Poleca” lub oferty związanej z regionem lub jego walorów przyrodniczych | 0               | 60% ankietowanych deklaruje rozpoznawalność oferty lub świadomość walorów obszaru | badania ankietowe - bezpośrednie oraz za pośrednictwem serwisów internetowych |
|   |  |  | Liczba inwestycji mających na celu rozwój oferty i tworzenie miejsc do ekspozycji, sprzedaży i wytwarzania certyfikowanych produktów i usług.             | 0               | Min. 10 inwestycji/ ofert wybranych do dofinansowania | protokoły odbioru, zdjęcia, wnioski, sprawozdania                     |  | Liczba odbiorców działań promocyjnych oferty   | 0               | Min. 10 000 osób do 2015                   | ilość wejść na strony internetowe, www.dolnabaryczy.pl, oraz strony usługodawców i producentów objętych systemem, protokoły odbioru materiałów promocyjnych, informacja o dystrybucji materiałów, ilość osób korzystających z oferty |   | Wzrost rozpoznawalności znaku „Dolina Baryczy Poleca” lub oferty związanej z regionem lub jego walorów przyrodniczych | 0               | 60% ankietowanych deklaruje rozpoznawalność oferty lub świadomość walorów obszaru | badania ankietowe - bezpośrednie oraz za pośrednictwem serwisów internetowych |

| Cel ogólny  | Cel szczegółowy   | Przedsięwzięcie  | Wskaźniki produktu  | Stan początkowy | Stan docelowy   | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika produktu                                  | Cel szczegółowy  | Wskaźniki rezultatu   | Stan początkowy | Stan docelowy            | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika rezultatu  | Cel ogólny  | Wskaźniki oddziaływania   | Stan początkowy | Stan docelowy   | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika oddziaływania                       |
|---|---|--|---|-----------------|---|---|--|---|-----------------|--------------------------|--|---|---|-----------------|---|---|
| CO.2 Różnicowanie działalności gospodarczej i rolniczej w powiązaniu ze spójną ofertą turystyczną regionu | CS.2.2 Wsparcie i współpraca w tworzeniu nowych miejsc pracy na rzecz zwiększenia dochodów producentów i usługodawców oraz promocji usług i produktów | P.2.2 „Gołcinna Dolina” – wyposażenie, podniesienie jakości oraz rozwój kwalifikacji bazy gastronomicznej, usługowej oraz producentów lokalnych z Doliny Baryczy nieobjętych systemem „Dolina Baryczy Poleca”. | Liczba działań promujących (spotkania, szkolenia, seminaria) skierowanych do producentów i usługodawców posługujących się znakiem „Dolina Baryczy Poleca” | 0               | 4 podmioty lub min. 30 miejsc noclegowych             | protokoły zwadawco – odbiorcze, zdjęcia, dane z wniosków o płatność oraz sprawozdań | CS.2.2 Wsparcie i współpraca w tworzeniu nowych miejsc pracy na rzecz zwiększenia dochodów producentów i usługodawców, oraz promocji usług i produktów | ilość odbiorców korzystających z nowo utworzonych/zmodernizowanych podmiotów lub miejsc noclegowych | 0               | 3 000 noclegów/rok       | dane od beneficjentów, księga meliorunkowa   | CO.2 Różnicowanie działalności gospodarczej i rolniczej w powiązaniu ze spójną ofertą turystyczną regionu | Wzrost rozpoznawalności znaku „Dolina Baryczy Poleca” lub oferty związanej z regionem lub jego walorów przyrodniczych | 0               | 60% ankietowanych deklaruje rozpoznawalność oferty lub świadomość walorów obszaru | badania ankietowe - bezpośrednie oraz za pośrednictwem serwisów internetowych |
|   |   |  | Liczba inwestycji mających na celu rozwój oferty i tworzenie miejsc do ekspozycji, sprzedaży i wytwarzania certyfikowanych produktów i usług.             | 0               | Min. 10 inwestycji/ ofert wybranych do dofinansowania | protokoły odbioru, zdjęcia, wnioski, sprawozdania                                   |  | Liczba odbiorców działań promocyjnych oferty  | 0               | Min. 10 000 osób do 2015 | ilość wejść na strony internetowe, www.dolnabaryczy.pl, oraz strony usługodawców i producentów objętych systemem, protokoły odbioru materiałów promocyjnych, informacja o dystrybucji materiałów, ilość osób korzystających z oferty |   | Wzrost rozpoznawalności znaku „Dolina Baryczy Poleca” lub oferty związanej z regionem lub jego walorów przyrodniczych | 0               | 60% ankietowanych deklaruje rozpoznawalność oferty lub świadomość walorów obszaru | badania ankietowe - bezpośrednie oraz za pośrednictwem serwisów internetowych |

| Cel ogólny  | Cel szczegółowy  | Przedsięwzięcie  | Wskaźniki produktu  | Stan początkowy | Stan docelowy            | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika produktu | Cel szczegółowy  | Wskaźniki rezultatu  | Stan początkowy | Stan docelowy         | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika rezultatu  | Cel ogólny  | Wskaźniki oddziaływania                                     | Stan początkowy | Stan docelowy   | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika oddziaływania |
|---|--|--|---|-----------------|--------------------------|--|--|--|-----------------|-----------------------|--|---|---|-----------------|---|---|
| CO.3 Aktywizacja mieszkańców na rzecz poprawienia swojej sytuacji i rozwoju regionu. Wzrost uczestnictwa organizacji w życiu społecznym | CS.3.1 Zwiększenie aktywności i samoorganizacji oraz podniesienie świadomości i umiejętności mieszkańców | P.3.1 „Aktywna Dolina” - rozwijanie świadomości i aktywności mieszkańców | Liczba zorganizowanych szkoleń i warsztatów aktywizacyjnych dla liderów lokalnych, kobiet wiejskich, grup nieformalnych i organizacji pozarządowych | 0               | Min. 20 szkoleń do 2015  | listy obecności, program, zdjęcia                  | CS.2.1 Zwiększenie aktywności i samoorganizacji oraz podniesienie świadomości i umiejętności mieszkańców | Liczba liderów, organizacji pozarządowych, które brały udział w działaniach aktywizujących | 0               | Min. 200 osób rocznie | listy obecności, raporty doradcze, liczba wejść na stronę www.aktwni.barycz.pl, liczba mieszkańców sołectw biorących udział w konkursie na „Najaktywniejsze Sołectwo w Dolinie Baryczy”, raport/ protokoły komisji konkursowej | CO.3 Aktywizacja mieszkańców na rzecz poprawienia swojej sytuacji i rozwoju regionu. Wzrost uczestnictwa organizacji w życiu społecznym | Wzrost poczucia więzi z miejscem zamieszkania i regionem DB | 0               | Min 70 % wzrost poczucia więzi wynikającego ze wspólnych działań lub inwestycji | ankieta, informacje z serwisu                           |
|   |  |  | Liczba sołectw biorących udział w konkursie na najaktywniejsze sołectwo.  | 0               | min. 20 sołectw w edycji | raport, sprawozdanie komisji                       |  | Liczba liderów, organizacji pozarządowych, które brały udział w działaniach aktywizujących | 0               | Min. 200 osób rocznie | listy obecności, raporty doradcze, liczba wejść na stronę www.aktwni.barycz.pl, liczba mieszkańców sołectw biorących udział w konkursie na „Najaktywniejsze Sołectwo w Dolinie Baryczy”, raport/ protokoły komisji konkursowej |   | Wzrost poczucia więzi z miejscem zamieszkania i regionem DB | 0               | Min 70 % wzrost poczucia więzi wynikającego ze wspólnych działań lub inwestycji | ankieta, informacje z serwisu                           |

| Cel ogólny  | Cel szczegółowy   | Przedsięwzięcie  | Wskaźniki produktu  | Stan początkowy | Stan docelowy                               | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika produktu                     | Cel szczegółowy   | Wskaźniki rezultatu   | Stan początkowy | Stan docelowy       | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika rezultatu                                   | Cel ogólny  | Wskaźniki oddziaływania                                     | Stan początkowy | Stan docelowy  | Propozycja narzędzi weryfikacji wskaźnika oddziaływania |
|---|---|--|---|-----------------|---|--|---|---|-----------------|---------------------|---|---|---|-----------------|--|---|
| CO.3 Aktywizacja mieszkańców na rzecz poprawienia swojej sytuacji i rozwoju regionu. Wzrost uczestnictwa organizacji w życiu społecznym | CS.3.2 Rozwijanie infrastruktury służącej wsparciu aktywności mieszkańców | P.3.2 „Pomysł na wieś” – wsparcie infrastruktury baryczych wsi | Liczba zbudowanych/zmodernizowanych obiektów funkcje publiczne i kulturalne                                       | 0               | 5 obiektów                                  | protokoły odbioru, zdjęcia, dane od beneficjentów                      | CS.3.2 Rozwijanie infrastruktury służącej wsparciu aktywności mieszkańców | ilość wydarzeń realizowanych z wykorzystaniem wspartej infrastruktury | 0               | min. 5 wydarzeń/rok | program, zdjęcia, informacja prasowa, serwis aktywni.barycz.pl, dane od beneficjentów | CO.3 Aktywizacja mieszkańców na rzecz poprawienia swojej sytuacji i rozwoju regionu. Wzrost uczestnictwa organizacji w życiu społecznym | Wzrost poczucia więzi z miejscem zamieszkania i regionem DB | 0               | Min. 70 % wzrost poczucia więzi wynikającego ze wspólnych działań lub inwestycji | ankieta, informacje z serwisu                           |
|   |   |  | ilość wyposażenia kupionego do obiektów pełniących funkcje publiczne i kulturalne służące aktywizacji mieszkańców | 0               | Min 50 sztuk/ kompletów wyposażenia do 2015 | protokoły odbioru, zdjęcia, dane z wniosków o płatność oraz sprawozdań |   | ilość wydarzeń realizowanych z wykorzystaniem wspartej infrastruktury | 0               | min. 5 wydarzeń/rok | program, zdjęcia, informacja prasowa, serwis aktywni.barycz.pl, dane od beneficjentów |   | Wzrost poczucia więzi z miejscem zamieszkania i regionem DB | 0               | Min. 70 % wzrost poczucia więzi wynikającego ze wspólnych działań lub inwestycji | ankieta, informacje z serwisu                           |