

| Lp. | Priorytet PROW | Cel KSOW | Działanie KSOW | Nazwa/tytuł operacji | Cel operacji | Przedmiot operacji | Forma realizacji operacji | Wskaźniki monitorowania realizacji operacji | | | Grupa docelowa | Harmonogram / termin realizacji (w ujęciu kwartalnym) | | Budżet brutto operacji (w zł) | | Koszt kwalifikowalności operacji (w zł) | | Wnioskodawca | |
|--|----------------|----------|----------------|--|---|--|-------------------------------|---|---------------------------------------|-----------------|---|---|------|-------------------------------|------|---|------|--|---|
| | | | | | | | | Nazwa wskaźnika | Wartość | Jednostka miary | | 2022 | 2023 | 2022 | 2023 | 2022 | 2023 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | m |
| a | b | c | d | e | f | g | h | i | j | k | l | m | n | o | p | q | r | s | |
| 1. | 4 | 1 | 6 | Wspólnie tworzymy i ochraniaemy zasoby przyrodnicze wsi | Utworzenie platformy współpracy pomiędzy wsiami województwa opolskiego, a przedstawicielami świata nauki w celu pogłębiania wiedzy, koordynacji i wspólnych działań na rzecz ochrony i odtwarzania naturalnych zasobów przyrodniczych opolskiej wsi. | W ramach realizacji operacji planuje się: organizację warsztatów na temat zagadnień związanych ze środowiskiem naturalnym na terenach wiejskich, spotkania podsumowujące i wydania publikacji - broszury podsumowującej warsztaty. | warsztaty/spotkanie | liczba warsztatów | 4 | szt. | Mieszkańcy wsi województwa opolskiego, ze szczególnym uwzględnieniem mieszkańców wsi realizujących zadania ochrony przyrody i posiadających zorganizowane społeczeństwo /stowarzyszenia/. | II-IV | - | 30 503,00 | - | 18 000,00 | - | Stowarzyszenie Rozwoju Wsi Lipowa | |
| | | | | | | | | liczba uczestników warsztatów | 120 | os. | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | liczba spotkań | 1 | szt. | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | liczba uczestników spotkań | 26 | os. | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | liczba tytułów publikacji | 1 | szt. | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | nakład | 200 | szt. | | | | | | | | | |
| 2. | 6 | 1 | 6 | Przedsiębiorcze wsie tematyczne oraz oferta gier terenowych- dobrym przykładem dla mieszkańców terenu Euro-Country | Celem operacji jest wsparcie włączenia społecznego, ograniczenie ubóstwa, rozwój gospodarczy obszaru Euro-Country, zwiększenie udziału zainteresowanych stron we wdrażaniu inicjatyw na rzecz rozwoju obszarów wiejskich, ułatwienie wymiany wiedzy pomiędzy podmiotami uczestniczącymi w rozwoju obszarów wiejskich oraz wymiana i rozpowszechnienie rezultatów działań na rzecz rozwoju obszaru Euro-Country. | Zorganizowanie wyjazdu studyjnego dla osób z terenu Euro-country do Centrum Produktu Lokalnego w Rzuchowej oraz wydaniu ulotki z Questem o terenie oraz ciekawymi miejscami do zwiedzania na terenie Euro-Country | wyjazd studyjny krajowy | liczba wyjazdów studyjnych | 1 | szt. | Mieszkańcy terenu Euro-Country, agroturyści, przedstawiciele organizacji pozarządowych, władze gmin, turyści. | II-IV | - | 44 331,79 | - | 37 100,00 | - | Stowarzyszenie "EURO-COUNTRY" | |
| | | | | | | | | liczba uczestników | 30 | os. | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | liczba tytułów publikacji | 1 | szt. | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | nakład | 6 000 | szt. | | | | | | | | | |
| 2. | 6 | 1 | 6 | Przedsiębiorcze wsie tematyczne oraz oferta gier terenowych- dobrym przykładem dla mieszkańców terenu Euro-Country | Celem operacji jest wsparcie włączenia społecznego, ograniczenie ubóstwa, rozwój gospodarczy obszaru Euro-Country, zwiększenie udziału zainteresowanych stron we wdrażaniu inicjatyw na rzecz rozwoju obszarów wiejskich, ułatwienie wymiany wiedzy pomiędzy podmiotami uczestniczącymi w rozwoju obszarów wiejskich oraz wymiana i rozpowszechnienie rezultatów działań na rzecz rozwoju obszaru Euro-Country. | Zorganizowanie wyjazdu studyjnego dla osób z terenu Euro-country do Centrum Produktu Lokalnego w Rzuchowej oraz wydaniu ulotki z Questem o terenie oraz ciekawymi miejscami do zwiedzania na terenie Euro-Country | wyjazd studyjny krajowy | liczba wyjazdów studyjnych | 1 | szt. | Mieszkańcy terenu Euro-Country, agroturyści, przedstawiciele organizacji pozarządowych, władze gmin, turyści. | II-IV | - | 44 331,79 | - | 37 100,00 | - | Stowarzyszenie "EURO-COUNTRY" | |
| | | | | | | | | liczba uczestników | 30 | os. | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | liczba tytułów publikacji | 1 | szt. | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | nakład | 6 000 | szt. | | | | | | | | | |
| Uzasadnienie: Operacja zakładała tylko 1 formę realizacji: wyjazd studyjny. Nakład oraz liczba publikacji dotyczyła wkładu własnego partnera KSOW, który został omyłkowo wpisany do przedmiotowego PO KSOW i nie stanowi kosztu kwalifikowalności operacji | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. | 6 | 1 | 6 | OPOWIEM CI BAJKĘ... czyli opowieści znad Górnej Prosn | Zwiększenie udziału społeczności lokalnej w rozwój obszaru LGD „Górna Proсна oraz aktywizacja i włączenie w życie społeczne dzieci z klas 1-3 szkół podstawowych poprzez przeprowadzenie konkursu plastycznego oraz wydanie publikacji z grą memory. | Przeprowadzeniu konkursu plastycznego dla uczniów klas I-III szkół podstawowych z terenu LGD „Górna Proсна” oraz wydanie publikacji pt. Opowieści Ci bajkę... czyli opowieści znad Górnej Prosn wraz z grą memory. | publikacja/materiał drukowany | liczba tytułów publikacji | 2 | szt. | Uczniowie klas I-III szkół podstawowych z terenu LGD „Górna Proсна”, mieszkańcy terenu LGD „Górna Proсна” i mieszkańcy województwa opolskiego chcący zapoznać się z dziedzictwem kulturowym jakim w znaczącym stopniu są legendy. | II-IV | - | 72 593,60 | - | 62 765,00 | - | Lokalna Grupa Działania "Górna Proсна" | |
| | | | | | | | | nakład | 6 000 | szt. | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | konkurs | liczba konkursów | 1 | | szt. | | | | | | | |
| | | | | | | | | | liczba uczestników konkursów | 100-200 | | os. | | | | | | | |
| 4. | 1 | 1 | 6 | „Powiat Strzelecki od kuchni” | Wydanie publikacji książkowej pt. „Powiat Strzelecki od kuchni”, co przyczyni się do atrakcyjnego pod względem formy sposobu przekazania historii powiatu, w tym historii i tradycji kulinarnych oraz do integracji lokalnego społeczeństwa. Publikacja zaktualizuje lokalną społeczność poprzez czynny udział w tworzeniu zbioru przepisów mieszkańców, gdyż będzie stanowiła skarbnicę wiedzy o dawnej, szeroko pojętej kuchni w Powiecie Strzeleckim, a także zmian i „ewolucji” na tej płaszczyźnie oraz wzmocnienie kapitału społecznego i wypromowanie dziedzictwa kulinarnego. | Wydanie publikacji popularno-naukowej traktującej o tradycjach i historii kulinarnych na terenie wsi i miast Powiatu Strzeleckiego wraz z uwzględnieniem wpływów kuchni regionalnej: kuchni śląskiej, niemieckiej, czeskiej, kresowej i polskiej oraz spotkań autorskich z autorami poszczególnych, wybranych w ramach tejszej publikacji tematów, a także zorganizowanie 3 spotkań autorskich z autorami poszczególnych, wybranych w ramach tejszej publikacji tematów. | spotkanie | liczba spotkań | 3 | szt. | Mieszkańcy województwa opolskiego, w szczególności Powiatu Strzeleckiego zamieszkujący obszary wiejskie. Grupa docelowa obejmuje zarówno uczniów szkół podstawowych, jak i ponadpodstawowych z terenu Powiatu Strzeleckiego, ale i dorosłych mieszkańców powiatu. | II-IV | - | 69 470,00 | - | 62 684,00 | - | Powiat Strzelecki | |
| | | | | | | | | liczba uczestników spotkań | 150 | os. | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | publikacja/materiał drukowany | liczba tytułów publikacji | 1 | | szt. | | | | | | | |
| | | | | | | | | nakład | 1 000 | szt. | | | | | | | | | |
| 5. | 1 | 1 | 9 | Innowacje w gospodarstwach rolnych | Edukacja rolników/właścicieli gospodarstw rolnych z powiatu nyskiego i ościennych w zakresie innowacji i nowoczesnych technologii w produkcji rolnej. Innowacje w rolnictwie mają charakter wielokierunkowy: organizacji, technologii uprawy. | Organizacja konferencji dla rolników z zakresu innowacji w gospodarstwach rolnych, dotyczących wdrożenia nowoczesnych technologii w produkcji rolnej. | konferencja | liczba konferencji | 1 | szt. | Rolnicy z obszarów wiejskich województwa opolskiego, powiatów: nyskiego, brzeskiego oraz prudnickiego. | III-IV | - | 6 650,00 | - | 6 650,00 | - | Regionalne Centrum Doradztwa Rolniczego Aneta Mułska | |
| | | | | | | | | liczba uczestników konferencji | 70 | os. | | | | | | | | | |
| 6. | 1 | 1 | 13 | „Ekologicznie - czyli jak ?” | Wzrost kompetencji związanych z ochroną środowiska i ekologii wśród mieszkańców Stowarzyszenia „Brzesko-Oławska Wieś Historyczna” poprzez organizację wyjazdu studyjnego krajowego oraz warsztatów ekologicznych | Przeprowadzenie warsztatów ekologicznych dla dzieci i młodzieży z obszaru działania Stowarzyszenia „Brzesko-Oławska Wieś Historyczna” oraz organizacja dwudniowej wizyty studyjnej krajowej dla mieszkańców wsi. | warsztaty | liczba warsztatów | 15 | szt. | Mieszkańcy obszaru działania Stowarzyszenia „Brzesko-Oławska Wieś Historyczna” z woj. opolskiego (Gmina Lewin Brzeski, Olszanka, Skarbimierz oraz Grodków). | II-IV | - | 39 829,58 | - | 34 840,50 | - | Stowarzyszenie Brzesko-Oławska Wieś Historyczna | |
| | | | | | | | | liczba uczestników warsztatów | 225 | os. | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | wyjazd studyjny krajowy | liczba wyjazdów studyjnych | 1 | | szt. | | | | | | | |
| | | | | | | | | | liczba uczestników wyjazdu studyjnego | 20 | | os. | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|------------------------|--------------------------------|----|--|--|--|--------------------------------------|---|-----|------|--|---|--------|---|-----------|---|-----------|--|
| 21. | 6 | 1 | 6 | Wpływ Produktów Lokalnych na rozwój obszarów wiejskich | Stworzenie możliwości promowania umiejętności, wiedzy i tradycji przekazywanych przez twórców ginących zawodów. Rozpowszechnianie wiedzy na temat istotności Produktów Lokalnych dla rozwoju regionu, rękodzielników oraz ich towarów, które mogą się pozytywnie przyczynić do pogłębiania wiedzy o tradycjach i dziedzictwie regionu opolskiego oraz podniesieniu jakości życia na wsi poprzez rozwój i poszerzenie oferty produktów lokalnych i zapewnienie dodatkowych miejsc pracy osobom żyjącym na obszarach wiejskich. Celem operacji jest również wzmocnienie patriotyzmu lokalnego i przynależności do kultury i dziedzictwa kulturowego obszaru opolskiego. | Operacja będzie polegała na zorganizowaniu warsztatów ginących zawodów (malowania ceramiki, malowania biżuterii z drewna oraz malowania pierników), podczas których lokalni twórcy ludowi podzielą się z uczestnikami, tradycją oraz doświadczeniem dotyczącym rękodzielnictwa. Planowane jest również stoisko wystawiennicze z degustacją produktów i potraw lokalnych. W kolejnym etapie projektu przewiduje się dwa szkolenia kulinarne. | szkolenia/warsztaty | liczba szkoleń | 2 | szt. | Członkowie Stowarzyszenia Nyskiego Księstwa Jezior i Gór oraz właściciele certyfikowanych Produktów Lokalnych, potencjalni członkowie Nyskiego Księstwa Jezior i Gór, mieszkańcy terenów LGD. | - | II-IV | - | 30 779,40 | - | 26 540,00 | Nyskie Księstwo Jezior i Gór |
| | | | | | | | | liczba uczestników szkoleń | 30 | os. | | | | | | | | |
| | | | | | | | | liczba warsztatów | 3 | szt. | | | | | | | | |
| | | | | | | | | liczba uczestników warsztatów | 30 | os. | | | | | | | | |
| | stoisko wystawiennicze | liczba stoisk wystawienniczych | 1 | szt. | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | informacje i publikacje w internecie | liczba informacji/publikacji w internecie | 1 | szt. | | | | | | | | |
| | | | | | | | | liczba szkoleń | 1 | szt. | | | | | | | | |
| 22. | 1 | 1 | 6 | Mistrzowie Pola - południe | Celem projektu jest upowszechnienie praktycznej wiedzy dotyczącej najbardziej aktualnych tematów. Między innymi: uprawa w trudnych warunkach: słaba gleba, susza, wahania temperatur, utrzymanie azotu w glebie, praktyczne zalecenia dotyczące upraw, czynniki agrotechniczne i dobór odmian, praktyczna prezentacja rozwiązań stosowanych na gospodarstwie. (Prezentacja lepszych wyników, osiągniętych za pomocą nowoczesnych technologii). Polowa prezentacją maszyn rolniczych, pozwalającą na dokonanie przemysłowego zakupu maszyn rolniczych, wydajność których będzie najbardziej dopasowana do zapotrzebowania rolnika. Możliwość zapoznania się z różnymi odmianami kukurydzy na ziarno. Każda odmiana ma swoją unikalną charakterystykę – od wyboru odpowiedniej odmiany zależy jakość produktu końcowego. Tyle praktycznej wiedzy zdobytej bezpośrednio na gospodarstwie jest najbardziej efektywnym narzędziem do rozwoju. W krótkim czasie, wdrożenie nowego doświadczenia na swoich gospodarstwach przełoży się nie tylko na wyniki finansowe dla właściciela gospodarstwa, a również wpłynie na poprawę sytuacji gospodarczej całego kraju. | Operacja polega na organizacji praktycznego wydarzenia-szkolenia dla rolników produkujących zboża oraz kukurydzę na ziarno, aby rolnicy bezpośrednio na gospodarstwie mogli zobaczyć różne stosowane technologie stosowane na polu oraz różne metody zarządzania gospodarstwem | szkolenie | liczba uczestników szkolenia | 350 | os. | Grupą docelową rolnicy uprawiające kukurydzę na ziarno, zboża z województwa opolskiego, śląskiego, dolnośląskiego, którzy chcą poprawić efektywność swojego gospodarstwa dzięki zdobytej wiedzy. Oprócz tego, uczestnikami szkolenia będą przedstawiciele firm branżowych, Ośrodków Doradztwa Rolniczego, Izby Rolniczych oraz eksperci działające w danej branży. | - | III-IV | - | 37 958,05 | - | 37 958,05 | InConventus Group Sp. z o.o. |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 23. | 6 | 1,3 | 13 | Opolskie smaki na dużym ekranie | Celem operacji jest kontynuacja podjętych na przestrzeni lat licznych działań na rzecz rozwoju i promocji Szlaku Kulinarnej Województwa Opolskiego „Opolski Bifij”. W ramach operacji zrealizowana zostanie kompleksowa czterotygodniowa kampania promocyjna, polegająca na emisji 30 sekundowego, atrakcyjnego spotu promującego Szlak Kulinarnej „Opolski Bifij”, promującego produkty i dania wytworzone przez restauratorów zrzeszonych w Szlaku Kulinarnej na bazie produktów regionalnych, lokalnych i tradycyjnych. Spoty będą wyświetlane przed wszystkimi seansami w ogólnopolskiej sieci kinowej w trzech województwach: w 3 kinach w województwie opolskim, w 2 kinach w województwie śląskim, w 2 kinach w województwie dolnośląskim. | Operacja polegać będzie na szeroko rozumianej promocji jedynej w regionie Szlaku Kulinarnej Województwa Opolskiego „Opolski Bifij”, a co za tym idzie, promocji tradycji, produktów regionalnych i lokalnych oraz dziedzictwa kulinarnej. Zadanie obejmować będzie dwie formy realizacji operacji: Kampania kinowa, na którą składać się będą dwa działania: - Czterotygodniowa kampania spotu promocyjnego, polegająca na emisji 30 sekundowego, atrakcyjnego spotu promującego Szlak Kulinarnej „Opolski Bifij” oraz produkty/dania wytworzone z produktów regionalnych, lokalnych i tradycyjnych, przed wszystkimi seansami w ogólnopolskiej sieci kinowej w trzech województwach: w 3 kinach w województwie opolskim, w 2 kinach w województwie śląskim, w 2 kinach w województwie dolnośląskim; - Konwersja spotu do formatu kinowego - dostosowanie istniejącego spotu promującego do potrzeb i wymogów kinowych (konwersja spotu do formatu kinowego DCP) wraz z dodaniem elementów promocyjnych i informacyjnych o finansowaniu kampanii ze środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie. Stoisko wystawiennicze - w jednym z kin sieci Helios w województwie opolskim, przed emisją pierwszego spotu promocyjnego. Ta operacja wiązać się będzie z zakupem produktów regionalnych, lokalnych i tradycyjnych na cele promocji operacji, organizacją atrakcyjnego stoiska, połączoną z degustacją i promocją produktów regionalnych, lokalnych i tradycyjnych wraz z pokazem kulinarnym. | stoisko wystawiennicze | liczba stoisk wystawienniczych | 1 | szt. | Grupą docelową operacji będą: - mieszkańcy trzech województw: opolskiego, śląskiego i dolnośląskiego, w każdej grupie wiekowej – bez ograniczeń (klienci odwiedzający kina i uczestniczący w seansach kinowych 7 kin (ogólnopolskiej sieci kinowej)) | - | II-IV | - | 42 759,50 | - | 42 759,50 | Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna |
| | | | | | | | kampania kinowa | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | kampania kinowa | liczba | 1 | szt. | | | | | | | | |

| | Operacje własne | | |
|-------|-----------------|------------|------------|
| | Liczba | Kwota | |
| | | 2022 | 2023 |
| Razem | 23 | 349 863,99 | 450 000,00 |