



MIĘDZYNARODOWE CENTRUM PARTNERSTWA PARTNERS NETWORK

31-123 Kraków, ul. Krupnicza 8/3A

Sekretariat – kontakty : 32-500 Chrzanów, ul. Piłsudskiego 4,

tel/fax: (032) 753 89 49, 605 307 215, 606 316 345

e-mail: biuromcp@partners.net.pl,

www.partners.net.pl

KRS: 0000213506 NIP: 676-227-24-67 REGON: 356859152

Konto bankowe: 55 1060 0076 0000 3200 0096 2343



Powiatowy Urząd Pracy
w Giżycku

**MATERIAŁY WYPRACOWANE
na IV Konferencji
z cyklu Giżyckie Partnerstwo Lokalne**

w dniu 25 XI 2009 roku

Materiały wypracowane przez grupę 1A i 1B
„Uszczelnianie Lokalnych Wycieków z Zasobów Giżyckich”
Grupa pracowała w składzie.....

Lp.	Nazwa projektu i jego opis, jakie działania podejmiemy	Problemy lokalne, jakie projekt rozwiązuje	Kto jest odbiorcą, kto na tym skorzysta	Kto zrealizuje projekt w partnerstwie: NGOs + firma + samorząd + instytucje
1.	„ŚLEDZIK PO GIŻYCKU” 1. Zgoda na nazwę 2. Ulga podatkowa 3. Przygotowanie terenu	1. Bezrobocie 2. Produkt regionalny 3. Promocja	1. Wszyscy - region	1. Przedsiębiorca 2. Samorząd
2.	„GIŻYCKIE ŁOWISKA” 1. Wydzielenie akwenów wodnych 2. Ocena możliwości 3. Zarybienie	1. Bezrobocie 2. Wydłużenie sezonu turystycznego 3. Łowiska 4. Promocja	1. Ludność lokalna 2. Turyści 3. Firmy turystyczne 4. Handel	1. PZW 2. Samorząd
3.	„EKO-ŻEGLARSTWO” 1. Podnoszenie standardów, świadomości i kultury ekologicznej w turystyce wodnej 2. Budowa miejsc odbioru nieczystości z jednostek pływających 3. Akcje propagujące właściwe postawy ekologiczne: ulotki, plakaty, worki na śmieci, artykuły prasowe 4. Budowa portów	1. Brak w infrastrukturze: toalet, odbioru nieczystości z łódek	1. Turyści 2. Mieszkańcy powiatów	1. Budowa portu – Samorząd 2. Budowa miejsc odbioru nieczystości – Firmy, właściciele portów
4.	„EKO-TOALETY MIEJSKIE” 1. Budowa toalet publicznych w Giżycku, przy parkingach	1. Brak toalet publicznych	1. Turyści 2. Mieszkańcy	1. Samorząd

Materiały wypracowane przez grupę 2A i 2B
„Wsparcie Istniejących Firm”
Grupa pracowała w składzie.....

Lp.	Nazwa projektu i jego opis, jakie działania podejmiemy	Problemy lokalne, jakie projekt rozwiązuje	Kto jest odbiorcą, kto na tym skorzysta	Kto zrealizuje projekt w partnerstwie: NGOs + firma + samorząd + instytucje
1.	<p>GIŻYCKIE LOKALNE TARGI INICJATYW „LOKALNE TARGI GOSPODARCZE”</p> <ol style="list-style-type: none"> Jeden raz w roku Wymiana doświadczeń, inicjatyw, kontaktów, produktów Promocja tego co mamy Dobre, bo Giżyckie! 	<ol style="list-style-type: none"> Małe rynki zbytu Brak lokalnego patriotyzmu Brak marki Brak wiedzy o tym co mamy 	<ol style="list-style-type: none"> Mieszkańcy powiatu Przedsiębiorcy Młodzież pod kątem możliwości 	<p>Starostwo Powiatowe w partnerstwie z GSG, Cechem Rzemiosł i Przedsiębiorczości, Stowarzyszeniem Gospod. oraz innymi organizacjami reprezentującymi przedsiębiorców</p>
2.	<p>„GIŻYCKIE CENTRUM INFORMACJI GOSPODARCZEJ”</p> <ol style="list-style-type: none"> Informacje o przetargach Linki stron internetowych przedsiębiorstw z podziałem na branże Informacje o pozyskanych środkach Imprezy gospodarcze – targi na terenie regionu 	<ol style="list-style-type: none"> Brak (w jednym miejscu) całościowej informacji dotyczącej potencjału gospodarczego powiatu 	<ol style="list-style-type: none"> Przedsiębiorcy lokalni i inni zainteresowani przedsiębiorcy Mieszkańcy 	<ol style="list-style-type: none"> Starostwo Powiatowe PUP przy współdziałaniu Jednostek Samorządowych (z terenu powiatu) Przedsiębiorcy
3.	<p>„MAZURY – CUD NATURY PRZEZ CAŁY ROK”</p> <ol style="list-style-type: none"> SPA Ścieżki rowerowe Szlaki do jazdy konnej Promocja i reklama Turnusy specjalistyczne (wyszczuplające, rehabilitacyjne, myśliwskie, wędkarskie) Wielka pętla mazurska (połączenie szlaków wodnych) 	<ol style="list-style-type: none"> Słaba i mało urozmaicona baza turystyczno-hotelowa – całoroczna 	<ol style="list-style-type: none"> Sieć gastronomiczno-hotelarska Pracownicy całoroczni Osoby prywatne, wynajmujące pokoje – klient 	<ol style="list-style-type: none"> Właściciele firm Organizacje pozarządowe Samorządy

<p>4.</p>	<p>„OPEN FINANCE – UE” (Otwarte Finansowanie)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tworzenie punktów informacyjnych i biur konsultingowo doradczych 2. Cykliczne kursy i szkolenia dla pracowników i przedsiębiorców 3. Portal internetowy – ogólnodostępny 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brak doradztwa i informacji w zakresie pozyskiwania środków pomocowych i innych środków finansujących przedsięwzięcia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Przedsiębiorcy poszukujący źródeł dofinansowania 2. Pracownicy zatrudnieni na nowe miejsca pracy oraz obecni pracownicy 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jednostki szkoleniowe 2. Organizacje pozarządowe 3. Punkty informacyjne 4. Biura konsultingowo-doradcze 5. Banki i instytucje finansowe
-----------	--	--	---	--

Materiały wypracowane przez grupę 3A i 3B
„Zachęcanie do tworzenia nowych firm”
Grupa pracowała w składzie.....

L p.	Nazwa projektu i jego opis, jakie działania podejmiemy	Problemy lokalne, jakie projekt rozwiązuje	Kto jest odbiorcą, kto na tym skorzysta	Kto zrealizuje projekt w partnerstwie: NGOs + firma + samorząd + instytucje
1.	<p>„POWIAT GIŻYCKI NA CAŁY ROK”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Budowa kompleksu konferencyjno – wypoczynkowego 2. Duża sala widowiskowa (kompleks) 3. SPA + AQUA PARK 4. Budowa ścieżek spacerowych, zimą narciarstwo biegowe 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Niewystarczająca oferta atrakcji turystycznych 2. Krótki sezon turystyczny 3. Brak wykorzystania potencjału turystycznego zimą 4. Zwiększenie zatrudnienia 5. Wzrost dochodów ludności i samorządów 6. Poprawa życia mieszkańców 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Turyści 2. Mieszkańcy 3. Przedsiębiorcy 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sektor prywatny – firmy 2. Samorządy lokalne 3. Korporacje z branży turystycznej
2.	<p>„16-TKĄ ŁATWIEJ I SZYBCIEJ”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Budowa parkingów, zajazdów, hoteli, stacji CPN 2. Budowa „Punktów Rekreacyjno-Wypoczynkowych 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zła i niewystarczająca infrastruktura techniczna <ul style="list-style-type: none"> ✓ Brak dróg dojazdowych ✓ Brak dróg szybkiego ruchu 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Turyści 2. Mieszkańcy 3. Przedsiębiorcy 4. Tranzyt 5. Mieszkańcy okolicznych miasteczek i wsi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. GDDKiA 2. Sektor prywatny 3. Koncerny paliwowe 4. Samorządy lokalne
3.	<p>„WODĄ BLIŻEJ”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Udrożnienie szlaków wodnych 2. Właściwe oznakowanie 3. Zagospodarowanie brzegów 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zła infrastruktura szlaków wodnych – Gm. Miłki 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Turyści (żeglarze!) 2. Mieszkańcy 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Samorządy lokalne 2. RZGW 3. Ew. Marszałek 4. Sektor prywatny 5. Agencja Nier. Rolnych 6. PGE

<p>4.</p>	<p>„CZTERY PORY ROKU NA MAZURACH”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Baza: Twierdza Boyen 2. Stworzenie dużego kompleksu hotelowego z atrakcjami (SPA, kregielnia, tor saneczkarski, skocznia, wyciągi i punkt widokowy, lodowisko zimą, boisko latem 3. Aktywne formy wypoczynku 4. Strzelnica amatorska 5. Wspinaczki 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rozwiązuje problemy Twierdzy (utrzymanie, rozwój, bezpieczeństwo) 2. Łączy Twierdzę z miastem (kanał wodny, wykorzystanie atrakcyjności Twierdzy) 3. Wzrost zatrudnienia 4. Wydłużenie sezonu 5. Promocja środowiska regionalnego i budowli historycznych 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Odbiorcy:</u> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Turyści, grupy integracyjne po sezonie ✓ Grupy sportowe ✓ Turystyka rodzinna 2. <u>Kto skorzysta:</u> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Hotelarze, konserwator zabytków ✓ Przedsiębiorcy ✓ Miasto ✓ Firmy ochroniarskie (w mundurach pruskich) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partnerstwo publiczno-prywatne 2. Fundacja Twierdzy Boyen (polsko-niemiecka, mazurska) 3. Urząd Pracy 4. Lokalni przedsiębiorcy (przedszkole, firmy ochroniarskie, parkingi,...)
<p>5.</p>	<p>„PARK WODNY”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Zapoznanie z fauną i florą mazur 2. Cel turystyczno-dudaktyczny (edukacja) 3. Stworzenie niewielkiego akwarium (słodkowodne akwarium) 4. Stworzenie zaplecza gastronomicznego i artystycznego 5. Warsztaty kulinarne 6. Edukacja ekologiczna 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Podniesienie atrakcyjności regionu 2. Wzrost zatrudnienia 3. Wydłużenie sezonu 4. Promocja regionalnych portów i produktów (branża spożywcza + np. wędkarstwo) 5. Promocja środowiska regionalnego 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Odbiorcy:</u> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Turystyka zewnętrzna i mieszkańcy regionu (lato – turyści; poza sezonem – grupy szkolen i zakłady pracy oraz wszyscy zainteresowani 2. <u>Kto skorzysta:</u> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Hotelarze, gastronomia, przewoźnicy ✓ Przedsiębiorcy ✓ Gmina, miasta - region 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partnerstwo publiczno-prywatne 2. Fundacja stworzona do realizacji projektu 3. Urząd Pracy
<p>6.</p>	<p>„MAZURY DLA WĘDKARZY”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Przyciągnięcie wędkarzy 2. Zarybienie jezior 3. Wydłużenie sezonu wędkarskiego 4. Zmiana prawodawstwa (ograniczenie odłowów sanitarnych) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bezrybie 2. Przyciąganie wędkarzy 3. Podniesienie atrakcyjności regionu 4. Sezon trwa cały rok (poza okresami ochronnymi) 5. zmniejszenie degradacji środowiska 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Odbiorcy:</u> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Turysta – wędkarz (2 mln wędkarzy) ✓ Smakosze ryb ✓ Środowisko naturalne ✓ Biura turystyczne 2. <u>Kto skorzysta:</u> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Środowisko ✓ Branża około wędkarska (haczyki itp.) ✓ Hotele ✓ Gastronomia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partnerstwo publiczno-lokalne – samorządy, instytucje państwowe (zmiany prawne) 2. Przedsiębiorcy z branży turystycznej

Materiały wypracowane przez grupę 4A i 4B „Rekrutowanie z Zewnątrz Nowych Firm o Profilu Uzupełniającym Ofertę Lokalną”

Grupa pracowała w składzie.....

Lp.	Nazwa projektu i jego opis, jakie działania podejmiemy	Problemy lokalne, jakie projekt rozwiązuje	Kto jest odbiorcą, kto na tym skorzysta	Kto zrealizuje projekt w partnerstwie: NGOs + firma + samorząd + instytucje
1.	<p>„AKTYWNOŚĆ, REKREACJA”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wyciąg narciarski (narty wodne) 2. Baza nurkowa + podwodne ścieżki rekreacyjne (j. Ołów) 3. Ścieżki rowerowe/spacerowe (pętla) 4. Plaża miejska (pomosty, rozbudowa boisk, sport) 5. „Małpi gaj” dla dzieci 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brak/niewystarczająca oferta turystyczna 2. Bezrobocie 3. Braki w infrastrukturze – ścieżki rowerowe/rekreacja 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Turyści 2. Mieszkańcy 3. Miasto i okolica (promocja) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Firma/firmy + UE 2. Firma/firmy + NGO + samorząd 3. Samorząd + UE
2.	<p>„CENTRUM REKREACJI AQUAPARK GIŻYCKO”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kompleks basenów 2. Sauny, masaże 3. SPA 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Za krótki sezon turystyczny 2. Brak/niewystarczająca oferta rekreacyjna 3. Brak kurortu o znaczeniu ogólnopolskim 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Turyści/goście 2. Mieszkańcy (praca, rekreacja, nowa baza turystyczno-noclegowa) 3. Miasto i okolice (promocja) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Spółka ✓ Powołanie spółki (partnerstwo) <ul style="list-style-type: none"> • Samorząd • Biznes (firmy) • Zainteresowani 2. Środki UE
3.	<p>„TURYSTYCZNE GAUDE AMUS DLA GIŻYCKA”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Uczelnia o profilu turystycznym, utrzymanie i rozwój PWSZ w Giżycku 2. Znalezienie kontaktów z uczelniami, które otworzą filię w Giżycku 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brak szkolnictwa branżowego wyższego 2. Zatrzymanie młodzieży w naszym regionie 3. Pozyskanie wysoko wykwalifikowanej kadry 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Miasto- większa oferta szkolnictwa ✓ Młodzież powiatu ✓ Dorośli chcący uzupełnić kwalifikacje ✓ Szansa dla osób z terenów wiejskich 2. Przedsiębiorcy 3. Mieszkańcy (taksówkarze, zaplecze noclegowe, 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prywatna Wyższa Szkoła Zawodowa w Giżycku, która pozyska renomowaną uczelnię do partnerstwa + władze JST

			<p>gastronomia, sklepikarze, stacje benzynowe, usługi)</p> <p>4. Prywatna Wyższa Szkoła Zawodowa w Giżycku</p>	
4.	<p>„OTWARTE OKNO DLA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza własnych zasobów (specjalistów lokalnych) 2. Zachęcanie do udziału seniorów przedsiębiorczości 3. Zapewnienie dużej promocji w regionie dla projektu poprzez przedsiębiorczość 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brak firm doradczych z zakresu pozyskiwania środków dla przedsiębiorców 2. Zbyt skomplikowane procedury w założeniu i prowadzeniu firmy 3. Trudny dostęp do kapitału 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokalni przedsiębiorcy 2. Absolwenci szkół wyższych 3. Mieszkańcy Giżycka 4. Urzędy 5. Banki 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Giżyckie Stowarzyszenie Lokalne Przedsiębiorców 2. Cech Rzemiosł Różnych i inne zainteresowane stowarzyszenia 3. Rada specjalistów (seniorzy rodzinnych biznesów)
5.	<p>„KULTURALNA PRZYSTAŃ W GIŻYCKU”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wypracowanie cyklicznych imprez całorocznych ✓ Latem – festiwal dla żeglarzy ✓ Wiosna – festiwal kwiatów, krótkich form teatralnych, turniej tańca 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Niedostateczna liczba imprez kulturalnych i sportowych w Giżycku 2. Niewystarczająca liczba imprez zimowych (przedłużenie sezonu) 3. Giżycko jako marka kulturalna 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mieszkańcy powiatu (usługi, przedsiębiorcy) 2. Turyści 3. Samorząd lokalny (promocja miasta) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prywatna firma 2. Stowarzyszenia kulturalne (np. Wspólnota Mazurska) + samorząd (ośrodki kultury)