**ANKIETA DOTYCZĄCA ZMIAN W LOKALNEJ STRATEGII ROZWOJU ORAZ KRYTERIACH WYBORU OPERACJI**

* Zwiększenie wartości docelowej wskaźnika produktu w przedsięwzięciu 1.2.4. „Promocja Kociewia
w zakresie turystyki, kultury, przedsiębiorczości i produktów lokalnych w ramach współpracy w kraju
i za granicą” (projekt współpracy) zdefiniowanego jako „liczba zrealizowanych projektów współpracy
w tym projektów współpracy międzynarodowej (w tym liczba LGD uczestniczących w projektach współpracy)” o 1 (4) sztukę/i, łączna docelowa wartość wskaźnika produktu to 3 (11) sztuk/i.

**Uwagi i zastrzeżenia:**

…………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

* Zwiększenie wartości docelowej wskaźnika rezultatu w przedsięwzięciu 1.2.4. „Promocja Kociewia
w zakresie turystyki, kultury, przedsiębiorczości i produktów lokalnych w ramach współpracy w kraju
i za granicą” (projekt współpracy) zdefiniowanego jako „liczba projektów (współpracy) wykorzystujących lokalne zasoby: przyrodnicze, kulturowe, historyczne, turystyczne, produkty lokalne” o 1 sztukę, łącznie 3 sztuki.

**Uwagi i zastrzeżenia:**

…………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

* Zwiększenie środków finansowych w przedsięwzięciu 1.2.4. „Promocja Kociewia w zakresie turystyki, kultury, przedsiębiorczości i produktów lokalnych w ramach współpracy w kraju
i za granicą” (projekt współpracy) o kwotę 121 825,34 euro, łącznie 171 825,34 euro.

**Uwagi i zastrzeżenia:**

…………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

* Zwiększenie alokacji środków finansowych w przedsięwzięciach:

- 1.1.1. „Komercyjna infrastruktura w zakresie turystyki/rekreacji/dziedzictwa kulturowego (turystyka, rekreacja, dziedzictwo kulturowe, gastronomia)” o kwotę 7 976,26 euro, łącznie 627 976,26 euro,

- 2.1.1. „Tworzenie miejsc pracy w przedsiębiorstwach (z wyłączeniem działalności turystycznej, rekreacyjnej, dziedzictwa kulturowego i gastronomii) oraz podnoszenie kompetencji beneficjentów,
z uwzględnieniem rozwiązań innowacyjnych, promujących ochronę środowiska oraz przeciwdziałanie zmianom klimatu” o kwotę 31 375,31 euro, łącznie 553 420,77 euro,

- 3.2.2. „Niekomercyjna infrastruktura kulturalna” o kwotę 174 540,91 euro, łącznie 360 174,56 euro.

**Uwagi i zastrzeżenia:**

…………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

* Zwiększenie wartości docelowej wskaźnika produktu w przedsięwzięciu 3.2.2. „Niekomercyjna infrastruktura kulturalna” zdefiniowanego jako „ilość obiektów niekomercyjnej infrastruktury kultury przebudowanych/wyremontowanych/doposażonych w ramach projektu” o 59 sztuk, łączna wartość wskaźnika produktu to 71 sztuk.

**Uwagi i zastrzeżenia:**

…………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

* Zwiększenie wartości docelowej wskaźnika produktu w przedsięwzięciu 1.1.1. „Komercyjna infrastruktura w zakresie turystyki/rekreacji/dziedzictwa kulturowego (turystyka, rekreacja, dziedzictwo kulturowe, gastronomia)” zdefiniowanego jako „liczba nowych, lub rozwiniętych zmodernizowanych /rozbudowanych/wyremontowanych/doposażonych obiektów infrastruktury turystycznej /rekreacyjnej /dziedzictwa kulturowego (w tym operacje ukierunkowane na innowacje i uwzględniające rozwiązania dotyczące ochrony środowiska i/lub zapobieganie zmianom klimatu) z wyłączeniem miejsc noclegowych” o 11 (3) sztuk/i, łącznie 31 (9) sztuk.

**Uwagi i zastrzeżenia:**

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

* Rezygnacja z przedsięwzięcia 3.2.3. „Koncepcje Smart Villages”.

**Uwagi i zastrzeżenia:**

…………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

Zmiana Planu komunikacji poprzez:

 - zmniejszenie wartości docelowej wskaźnika produktu zdefiniowanego jako „liczba wyjazdów”
z 2 sztuk do 1 sztuki oraz wskaźnika rezultatu zdefiniowanego jako „liczba uczestników” z 20 sztuk
do 10 sztuk w działaniu „Organizacja wyjazdu studyjnego”,

- zmniejszenie wartości docelowej wskaźnika produktu zdefiniowanego jako „liczba wydawnictw”
z 4 sztuk do 3 sztuk oraz wskaźnika rezultatu zdefiniowanego jako „nakład publikacji” z 2 000 osób
do 1 000 osób w działaniu „Publikacje”,

- zmniejszenie wartości docelowej wskaźnika produktu zdefiniowanego jako „liczba badań” z 2 sztuk do 1 sztuki oraz wskaźnika rezultatu zdefiniowanego jako „średnia liczba przebadanych” z 100 osób
do 40 osób w działaniu „Badania wiedzy o LGD”.

**Uwagi i zastrzeżenia:**

…………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

* Zmiana definicji dwóch kryteriów wyboru operacji: „wysokość wkładu własnego w realizację projektu” oraz „działalność związana z wdrażaniem rozwiązań proekologicznych, w zakresie ochrony środowiska lub/i zmian klimatycznych”.

**Uwagi i zastrzeżenia:**

…………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

* **Inne uwagi i zastrzeżenia:**

…………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………