

**UCHWAŁA NR XVI/92/2025
RADY MIEJSKIEJ W KISIELICACH**

z dnia 5 marca 2025 r.

**w sprawie zatwierdzenia Konceptji Smart Village 2030 dla Ochotniczej
Straży Pożarnej w Kisielicach**

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 6 oraz art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2024 r. poz. 1465, 1572, 1907 i 1940) uchwala się, co następuje:

§ 1. Uchwala się program gospodarczy pn. „Konceptja Smart Village 2030 dla Ochotniczej Straży Pożarnej w Kisielicach” pozytywnie zaopiniowaną przez Walne Zebranie Członków Ochotniczej Straży Pożarnej w Kisielicach, stanowiący załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2. Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodniczący Rady
Miejskiej w Kisielicach

Piotr Blinkiewicz

Ochotnicza Straż Pożarna w Kisielicach

KONCEPCJA SMART VILLAGE 2030

Kisielice

GMINA KISIELICE



<https://pojezierzelawskie.pl/kisielice/>

Kisielice, październik 2023 roku



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.
Instytucja Zarządzająca PROW 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Koncepcja Smart Village 2030 opracowana przez Ochotniczą Straż Pożarną w Kisielicach, współfinansowana jest ze środków Unii Europejskiej w ramach działania 19 Wsparcie dla rozwoju lokalnego w ramach inicjatywy LEADER, poddziałanie 19.2 Wsparcie na wdrażanie operacji w ramach strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność” objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

ZESPÓŁ EKSPERTÓW:

mgr Beata Bednarczyk
dr hab. Wojciech Kozłowski, profesor Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego
dr hab. Andrzej Kucner
dr inż. Jacek Michalak
dr Anna Rutkowska

GRANTODAWCA:

Stowarzyszenie Łączy Nas Kanał Elbląski Lokalna Grupa Działania

GRANTOBIORCA

OCHOTNICZA STRAŻ POŻARNA W KISIELICACH

PARTNERZY REALIZACJI KONCEPCJI SMART VILLAGE:

1. Gmina KISIELICE
2. Ochotnicza Straż Pożarna w Kisielicach

UCZESTNICY PROCESU OPRACOWANIA KONCEPCJI SMART VILLAGE

1. Agata Barańska
2. Marta Cieślik
3. Halina Gniadek
4. Marian Gołembiewski
5. Anna Górską
6. Mariusz Gross
7. Dariusz Kruszyński
8. Joanna Olszewska

Spis treści

WPROWADZENIE	4
1. OPIS PROCESU OPRACOWANIA KONCEPCJI SMART VILLAGE	4
2. INNOWACYJNOŚĆ OPRACOWANIA KONCEPCJI SMART VILLAGE	5
3. CZĘŚĆ ANALITYCZNA	6
3.1. CHARAKTERYSTYKA MIEJSCOWOŚCI OBJĘTYCH KONCEPCJĄ.....	6
3.1.1. Opis i zasoby miejscowości.....	6
3.1.2. Rys historyczny	8
3.1.3. Sytuacja społeczno-demograficzna - gmina Kisielice i miasto Kisielice .	10
3.1.4. Sytuacja gospodarcza miasta Kisielice na tle gminy Kisielice	11
3.1.5. Potencjał i rozwój infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej	14
3.2. UPROSZCZONA ANALIZA SWOT OBSZARU OBJĘTEGO KONCEPCJĄ I WNIOSKI.....	18
3.3. BADANIA POTRZEB MIESZKAŃCÓW	19
3.4. ANALIZA TRENDÓW STEEP I WYBRANYCH TRENDÓW TURYSTYCZNYCH	24
3.5. WNIOSKI I REKOMENDACJE	31
4. CZĘŚĆ ROZWOJOWA	32
4.1. MISJA I WIZJA ROZWOJU SPOŁECZNOŚCI	32
4.2. OPIS CELÓW I ZADAŃ KONCEPCJI SMART VILLGE	33
4.3. OPIS PLANOWANYCH WSKAŹNIKÓW	36
4.4. LISTA PROJEKTÓW - SZACOWANE KOSZTY REALIZACJI I MOŻLIWE ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	44
4.5. HARMONOGRAM REALIZACJI ZADAŃ.....	50
4.6. PLAN WŁĄCZENIA SPOŁECZNOŚCI W REALIZACJĘ OPRACOWANEJ KONCEPCJI...	51
5. PRZEWIDZIANE KORZYŚCI DLA LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI	53
6. BIBLIOGRAFIA	54
7. PARTNERZY KONCEPCJI SMART VILLAGE - SYGNATARIUSZE LISTU INTENCYJNEGO	55
Załącznik NR 1. ZADANIA KONCEPCJI SMART VILLAGE KISIELIC	56

WPROWADZENIE

1. OPIS PROCESU OPRACOWANIA KONCEPCJI SMART VILLAGE

Konceptcja została opracowana we współpracy zespołu ekspertów oraz mieszkańców Kisielic. Proces tworzenia koncepcji zaplanowano w trzech etapach spotkań warsztatowych z mieszkańcami. Poprzedziło go wcześniejsze podpisanie umów grantobiorcy z grantodawcą, Stowarzyszeniem Łączy Nas Kanał Elbląski Lokalna Grupa Działania, 5 maja 2023 roku w Miłomłynie, a następnie 3 lipca 2023 roku w Kisielicach z zespołem ekspertów. Plan spotkań i współpracy ze społecznością został przygotowany zgodnie z postanowieniami zawartej umowy.

Pierwszy warsztat odbył się 3 lipca 2023 roku w Urzędzie Miejskim w Kisielicach. Uczestniczyło w nim 11 osób reprezentujących mieszkańców Kisielic, grantobiorcę i zespół ekspertów. Celem warsztatu było przedstawienie założeń programu Smart Village, przeprowadzenie analizy SWOT sytuacji społeczności i miejscowości. Przeprowadzono także analizę potrzeb i problemów mieszkańców oraz opracowano mapę interesariuszy, działających w otoczeniu. Po spotkaniu zespół ekspercki uporządkował i opracował zebrane dane. Przygotowano wnioski z analizy SWOT. Przeprowadzono *badania gabinetowe*, przygotowano opis miejscowości oraz przeprowadzono analizę sytuacji społeczno-demograficznej i gospodarczej. Przeprowadzono analizę istniejącej infrastruktury turystycznej i jej wykorzystania.

W sierpniu 2023 roku przeprowadzono badania ankietowe wśród mieszkańców miejscowości. Opracowano i udostępniono e-ankietę przygotowaną na platformie Google Forms (załącznik). Jej celem było pozyskanie opinii mieszkańców na temat ich potrzeb w obszarze społecznym, kulturowym, turystycznym, klimatycznym, środowiskowym, technologicznym, a także ocena preferencji mieszkańców względem proponowanych celów działań i rozwiązań. Wyniki ankiety włączono do opracowania i uwzględniono w koncepcji.

Drugi warsztat z mieszkańcami zorganizowano 1 września 2023 roku w formie spotkania on-line na platformie Google Meet. Spotkanie było poświęcone prezentacji wniosków z pierwszego warsztatu i analizy SWOT oraz wyników e-ankiety. W drugiej części spotkania zespół ekspertów wspólnie z uczestnikami warsztatów przeprowadził analizę zmian w zakresie działalności gospodarczej Kisielic, turystyki oraz preferencji i potrzeb samych mieszkańców. Na tej podstawie określono misję społeczności i określono możliwy obraz przyszłości miejscowości i społeczności (wizja). W trzeciej części warsztatu określono ogólne cele koncepcji, wynikające z nich cele szczegółowe oraz zadania i wskaźniki pozwalające monitorować późniejszą ich realizację. W pracach nad bieżącym dokumentowaniem wyników warsztatu wykorzystano tablicę wirtualną Miro, udostępnianą uczestnikom spotkania. Wcześniej zostały na niej przygotowane narzędzia niezbędne do przeprowadzenia zaplanowanych zadań.

Wyniki drugiego warsztatu zostały następnie przeanalizowane i opracowane przez zespół ekspertów. Dodatkowo przygotowano analizę trendów społeczno-demograficznych, technologicznych, ekonomicznych, środowiskowych oraz politycznych. Uzupełniono ją analizą wybranych trendów turystycznych. Obie analizy mają charakter kontekstowy i uwzględniają specyfikę, potrzeby oraz procesy dziejące się aktualnie w obszarach wiejskich. Ich rolą jest wskazanie uwarunkowań i możliwych kierunków dalszego rozwoju.

Trzeci etap konsultacji z mieszkańcami przeprowadzono pod koniec września 2023 roku. Jej przedmiotem była wstępnie opracowana koncepcja Smart Village. Jej roboczą wersję w formie elektronicznej przekazano grantobiorcy w celu upowszechnienia wśród mieszkańców, zapoznania się z jej założeniami, dokonania niezbędnych zmian, uzupełnień oraz przeprowadzenia weryfikacji. Po zwrocie w połowie października 2023 roku opracowanie ponownie sprawdzono i przygotowano jego wersję ostateczną. Dokument zawierający koncepcję przekazano grantobiorcy podczas roboczego spotkania 27 października 2023 roku w Miłomłynie.

2. INNOWACYJNOŚĆ OPRACOWANIA KONCEPCJI SMART VILLAGE

W opracowaniu koncepcji Smart Village uwzględniono opisane poniżej kluczowe aspekty:

1. **Uwzględnienie priorytetów programu.** Podczas opracowywania koncepcji Smart Village uwzględniono kilka czynników i uwarunkowań. Pierwszym są priorytety programu Smart Village:
 - koncentracja na problemach i potrzebach grup społecznych w niekorzystnej sytuacji, młodzieży oraz osób senioralnych w celu ograniczania negatywnych skutków starzenia się społeczeństwa oraz depopulacji wsi;
 - promowanie rozwiązań przeciwdziałających negatywnym skutkom zmian klimatu służących ograniczaniu emisji gazów cieplarnianych, ograniczaniu potrzeb energetycznych, oszczędzaniu zasobów, w tym szczególnie wody;
 - podejmowania działań służących ochronie środowiska naturalnego, ograniczaniu antropopresji i działaniu na rzecz bioróżnorodności i regeneracji;
 - wykorzystaniu nowych technologii na rzecz poprawy jakości życia społeczności wsi i małych miasteczek.
2. **Analiza trendów i innowacji.** Tłem rozwiązań zawartych w koncepcji Smart Village są trendy i sygnały zmian (innowacje) wskazujące możliwe i pożądane kierunki rozwoju, ważne z punktu widzenia potrzeb i problemów wiejskich społeczności. Analiza trendów włączona do pierwszej części koncepcji wskazuje na możliwe kierunki zmian i ułatwia wskazywanie celów i zadań. Dostarcza także wiedzy o dobrych praktykach oraz wskazuje na istniejące wzorce rozwiązań i działania.
3. **Aktywna partycypacja mieszkańców.** W stworzeniu ostatecznej wersji koncepcji Smart Village regularny i aktywny udział brali reprezentanci lokalnych społeczności. Byli źródłem istotnych informacji na temat jakości życia mieszkańców, dostarczali wiedzy o problemach i potrzebach, wskazywali cele i zadania, określali swoją rolę w ich realizacji oraz weryfikowali i oceniali opracowaną koncepcję.

3. CZĘŚĆ ANALITYCZNA

3.1. CHARAKTERYSTYKA MIEJSCOWOŚCI OBJĘTYCH KONCEPCJĄ

3.1.1. Opis i zasoby miejscowości

Kisielice położone są na terytorium gminy miejsko-wiejskiej Kisielice. Gmina jest położona w zachodniej części województwa warmińsko-mazurskiego i powiatu iławskiego. Ma ona charakter rolniczy, dysponuje niewielką powierzchnią zalesienia i ma duży potencjał turystyczny ze względu na posiadanie wielu walorów przyrodniczych i krajobrazowych. Większość inwestycji realizowanych w gminie podyktowanych jest działaniami mającymi na celu zróżnicowanie źródeł dostaw energii w oparciu o zasoby odnawialne, poprawą efektywności energetycznej i racjonalnego gospodarowania energią oraz prowadzeniem gospodarki niskoemisyjnej, innowacyjnymi wdrożeniami w branży OZE.

W latach 1975-1998 miejscowość Kisielice należała administracyjnie do województwa elbląskiego. Miasto jest położone na Pojezierzu Iławskim, w odległości 22 km od Iławy, nad rzeką Gardeją. W centrum Kisielic zlokalizowane jest **Jezioro Kisielickie**. Przez miasto biegnie droga krajowa nr 16. Pod względem historycznym miasto leży w Prusach Górnych, na obszarze dawnej Pomezanii, a kulturowo na Powiślu. Współrzędne miasta Kisielice GPS to (53.6085, 19.2637).

Rys. 1. Położenie Kisielic na mapie województwa warmińsko-mazurskiego



Rys. 2. Położenie Kisielic na mapie gminy Kisielice



Kisielice to znaczący węzeł drogowy województwa warmińsko-mazurskiego. W mieście krzyżują się następujące drogi krajowe i wojewódzkie: droga krajowa nr 16 Dolna Grupa - Grudziądz - Kisielice - Iława - Olsztyn - Augustów oraz droga wojewódzka nr 522 Górki - okolice Kisielice. Dworzec w Kisielicach obsługuje PKS Iława.

W mieście funkcjonuje miejsko-gminny Ośrodek Kultury, miejsko-gminna Biblioteka Publiczna, założony w 1999 roku Amatorski Zespół Wokalny „Mirana”, ludowy zespół śpiewaczy „Pomerania”, który rozpoczął działalności w 1983 roku oraz Ochotnicza Straż Pożarna. W 2009 roku powołano do życia Stowarzyszenie Miłośników Gminy Kisielice. Jednym z jego głównych celów statutowych było *pielęgnowanie dziedzictwa kulturowego regionu, poznawanie i upowszechnianie historii, kultury regionu, wiedzy o ziemi kisielickiej oraz wspieranie działań mających wpływ na wszechstronny rozwój gminy*. Stowarzyszenie przestało istnieć w 2016 roku. W mieście znajduje się kościół pw. Matki Bożej Królowej Świata.

Rys. 3. Ochotnicza Straż Pożarna w Kisielicach



Z miejscowością związana jest postać Jana Mazelli (1883-1939). Był to proboszcz w Kisielicach (1917-1920) znany jako działacz plebiscytowy i członek Powiatowej Rady Ludowej. Po 1920 roku został on zmuszony do opuszczenia miasta z powodu szykan i prześladowania ze strony bojówek niemieckich. Po agresji Niemiec na Polskę został zamordowany w listopadzie 1939 roku w obozie w Radzimiu.

Zabudowa Kisielice to w większości budynki współczesne. Podczas II wojny światowej została zniszczona większa część zabudowy starego miasta ówczesnych Kisielice. Zachowanymi rejestrowanymi zabytkami miasta są: kościół parafialny pw. Matki Bożej Królowej Świata, gmach szkoły podstawowej z 1012 roku i domy z początku XX wieku. Inne obiekty historyczne w mieście to m.in.: dworzec Kisielice, budynek poczty i budynek po młynie miejskim, most kolejowy nieopodal Kisielice. W Kisielickim Muzeum Interaktywnym znajduje się m.in. makieta dawnej zabudowy Kisielice czy model Zeppelina.

Kisielice są siedzibą Urzędu Gminy. Instytucje zajmujące się pracą na rzecz kultury na terenie gminy Kisielice to Miejsko-Gminny Ośrodek Kultury w Kisielicach i Miejsko-Gminna Biblioteka Publiczna w Kisielicach (filie: Goryń, Jędrzychowo). W gminie miejsko-wiejskiej Kisielice istnieje także kilka placówek edukacyjnych: Zespół Szkół w Kisielicach: Przedszkole w Kisielicach i Szkoła Podstawowa im. Henryka Sienkiewicza w Kisielicach, Zespół Szkół Rolniczych im. Heleny i Stanisława Sierakowskich w Kisielicach, w skład którego wchodzi:

Technikum Rolnicze o specjalności rolnictwo ekologiczne, Technikum Ekonomiczne o specjalności bankowość, Liceum Ogólnokształcące o profilu policyjno-strażackim, Szkoła Policealna dla Dorosłych, Technikum Uzupełniające dla Dorosłych. Przy Zespole Szkół działa również Specjalny Ośrodek Szkolno-Wychowawczy w Kisielicach prowadzący przedszkole specjalne, specjalną szkołę podstawową oraz Zasadniczą Szkołę Zawodową.

Obiekty sportowe w mieście Kisielice to stadion miejski, hala sportowa (w zespole szkół), boisko do siatkówki plażowej i kompleks boisk „Moje boisko - Orlik 2012 (boisko do siatkówki, kort tenisowy, boisko do piłki nożnej) otwarte w czerwcu 2011 roku. W mieście działa Międzyzakładowy Ludowy Klub Sportowy „Olimpia” z sekcjami piłki nożnej i siatkówki. W sezonie zimowym odbywa się Halowa Liga Piłki Nożnej. W gminie Kisielice organizowane są różnorodne imprezy rekreacyjno-sportowe, m.in.: turnieje tenisa stołowego, turnieje piłki nożnej „Dzikich Drużyn” oraz drużyn strażackich, turnieje siatkówki plażowej, Halowy Turniej Piłki Nożnej, rodzinny rajd rowerowy, zawody lekkoatletyczne, Spartakiada Drużyn Strażackich, Ogólnopolski Bieg Przelajowy w Limży. Na terenie gminy działają: MLKS „Olimpia” Kisielice, Młodzieżowy Klub Sportowy „Huragan” Klimy, Gminne Stowarzyszenie LZS w Kisielicach.

3.1.2.Rys historyczny

Polskie nazwy miasta (Kisielice, Kisielic) wywodzą się zapewne z nazwy staropruskiej. Na mapie rękopiśmiennej z XV wieku Sędziwoja z Czech widnieje nazwa Kyselec alias Dreystath civitas. Niemiecka nazwa Kisielic brzmi Freystadt, często pisana jako Vrienstadt.

Jak Píše Henryk Plis na podstawie Kronik Jana Długosza, pierwsza lokacja Kisielic była holenderska, a było to tak: w 1147 roku ówczesny książę - władca Polski Bolesław Kędzierzawy osadza w Ziemi Chełmińskiej, konkretnie w Chełmnie nad Wisłą Holendrów. Kasztelanem chełmińskim zostaje mianowany Hugo Butyr. Około 1150 roku Holendrzy zakładają gród Vrienstad/obecne Kisielice, na starym piastowskim szlaku komunikacyjnym z Kujaw do Prus. Trakt ten został utworzony przez księcia Bolesława Chrobrego po podbiciu Pomezanii w 1008 roku. Trakt ten rozpoczął się w Kruszwicy i biegł aż do Starego Miasta pod Dzierzgoniem.

Gród Vrienstad/Wolne miasto funkcjonuje do lat 1163-1166. W 1166 roku w jego pobliżu rozegrała się tragiczna bitwa, w której Pomezanie wybili hufce sandomierskie księcia Henryka Sandomierskiego, który także tu zginął. Jego ciało wykupiła rodzina i pochowała w Wiślicy. W wyniku polskiej klęski, Pomezania powróciła do pogaństwa. Dopiero w 1192 roku ówczesny książę, władca Polski książę Kazimierz Sprawiedliwy podbija Pomezan i osadza w Radzynie Chełmińskim wojewodę mazowieckiego - Krystyna herbu Gozdawa, który zyskał przydomek "rycerz pogranicza". Niestety Vrienstad już nie istnieje. Ponownie /wolne miasto jako Freystad zostało lokowane przez niemieckiego ród Pomezan - Stangów w końcu XIII wieku. Na początku XIV wieku miasto od wdowy i dzieci odkupił biskup pomezański.

Kisielice zostały założone przez ród Stangów, który przybył na te tereny około 1260 roku. W 1293 roku rodzina otrzymała od biskupa dobra obejmujące 650 łanów. Nadanie było formą nagrody za zasługi von Stangów na rzecz biskupstwa. Co ważne, dokument umożliwiał rodowi założenie własnego miasta przy istniejącej już osadzie. Dobra rodu objęły wówczas wsie: Łodygowo, Trumiejki, Klasztor, Pławty, Goryń oraz Gdakowo i Bądko. Początkowo miejscowość nosiła nazwę Vrienstadt, którą zastąpiono nazwą Freystadt. Kisielice zostały zbudowane w latach 1315-1320. Wcześniej na terenie dóbr Stangowie założyli kolejne wsie: Kamionkę (1299) oraz Brokovo (1303). W 1331 roku Kisielice otrzymały prawa miejskie. Odbiorcami dokumentu byli przedstawiciele rodu von Stangów, bracia Johann i Ludwig. Centrum miasta stanowił rynek wraz z ratuszem. Kisielice otoczone były murami, które rozebrano w 1692 roku. Do miasta można było wjechać przez trzy istniejące wówczas bramy: Wodną, Biskupską i Prabucką. W 1331 roku w mieście wybudowano kościół z drewnianą dzwonnica, która spłonęła w 1653 roku. Nowa wieża została wzniesiona w 1857 roku. Ród von Stangów przeżywał wzloty i upadki. Miasto niezbyt

długo mogło się poszczycić faktem, iż zostało założone z inicjatywy osób prywatnych. W 1392 roku Kisielice zostały sprzedane ówczesnemu biskupowi Janowi Mönchowi. W rękach biskupich pozostały do 1525 roku. Miasto miało od początku charakter ośrodka handlowego, Kisielice przez długi czas nie mogły jednak sprostać temu zadaniu - brakowało dobrych dróg, które łączyłyby miasto z Iławą, Prabutami i Suszem.

Miasto, podobnie jak wiele innych ośrodków w XV-XVII wieku, padało wielokrotnie ofiarą pożarów, które trawiły zabudowania, prowadząc do zubożenia ludności i regresu gospodarczego. Na początku XVIII wieku miasto nawiedziła epidemia dżumy. Od XVI do XVIII wieku Kisielice znajdowały się na terenie powiatu kwidzyńskiego. Po 1692 roku Kisielice mogły wreszcie korzystać z połączeń drogowych z Kwidzynem, Suszem, Iławą i Biskupcem. W 1818 roku weszły w skład powiatu suskiego. Od 1402 roku pieczę nad miastem sprawował burmistrz, którego wspierał zastępca. W 1743 roku Kisielice stały się miastem garnizonowym za sprawą ulokowania w nim I Regimentu Kirasjerów. Od 1743 do 1777 roku stacjonował tu również IX Regiment Dragonów. W 1899 roku w mieście uruchomiono połączenie kolejowe z Prabutami i Kwidzynem. Powstanie sieci kolejowej doprowadziło do uruchomienia w mieście browaru, niewielkiej fabryki mydła; wzniesiono również siedem wiatraków oraz 90 prywatnych zakładów rzemieślniczych.

Przed 1939 rokiem w mieście działały dwa młyny, cegielnia, tartak, fabryka maszyn rolniczych i mleczarnia. W 1926 roku uruchomiona została linia autobusowa Kisielice-Susz. W 1773 roku Kisielice liczyły 823 mieszkańców. W 1816 roku w mieście żyło 1047 osób, ale już w 1855 liczba mieszkańców wzrosła do 2032. W 1937 roku miasto liczyło 3092 mieszkańców. Na początku XX wieku w Kisielicach istniały dwie szkoły podstawowe oraz szkoła gospodarstwa wiejskiego. W 1925 roku uruchomiono szkołę średnią. Kisielice były zamieszkane przez katolików, ewangelików i ludność wyznania mojżeszowego. Każde wyznanie posiadało własną świątynię. Przed wybuchem II wojny światowej w Kisielicach działała filia banku oraz Powiatowa Kasa Oszczędności. Od 1902 roku wydawano „Gazetę Kisieliicką”. Na frontach I wojny światowej poległo 81 mieszkańców Kisielice. W okresie poprzedzającym plebiscyt 1920 roku w mieście prowadzono polskie akcje propagandowe; założono biblioteczkę Towarzystwa Czytelni Ludowych, urządzano odczyty oraz kursy języka polskiego. Po klęsce Polski w plebiscycie działacze z Kisielice byli narażeni na liczne szykany oraz agresywne wystąpienia niemieckich nacjonalistów. W 1931 roku w obchodach 600-lecia miasta uczestniczył sam prezydent Rzeszy Paul von Hindenburg. Wojska radzieckie wkroczyły do miasta 22 stycznia 1945 roku, paląc zabudowania mieszkalne i gospodarcze. Zdewastowane, zniszczone Kisielice w roku 1946 utraciły prawa miejskie. W roku 1986 roku Kisielice odzyskały prawa miejskie.

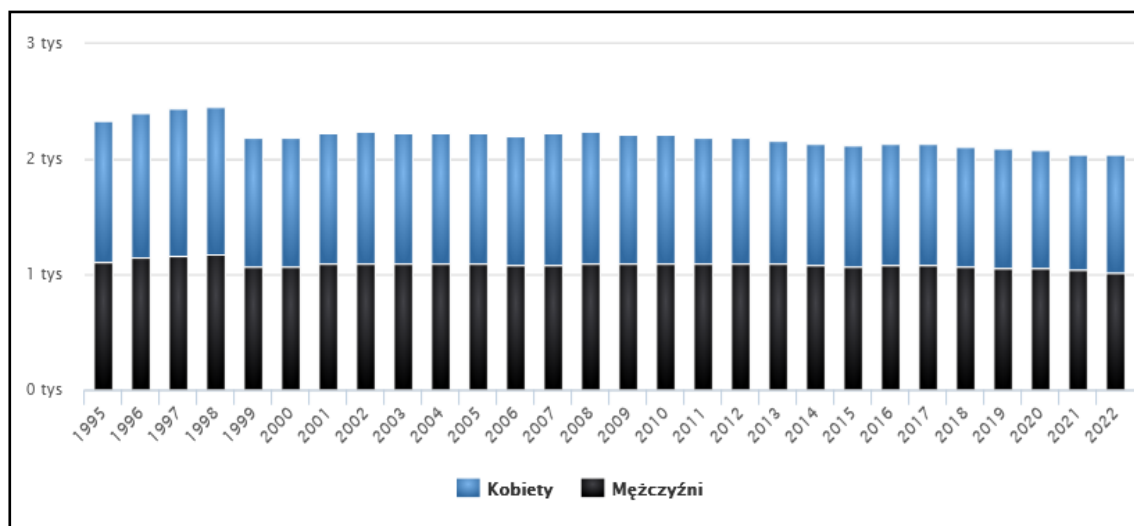
Po II wojnie światowej gmina Kisielice była częścią powiatu suskiego (z siedzibą w Iławie) w województwie olsztyńskim. W 1954 roku, na mocy ustawy z dnia 25 września 1954 roku o reformie podziału administracyjnego wsi i powołaniu gromadzkich rad narodowych, istniejące dotychczas gminy zastąpiono gromadami. Gmina Kisielice stała się gromadą należącą do powiatu suskiego, który w 1958 roku na podstawie Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 15 grudnia 1958 roku został przemianowany na powiat iławski. Gromada przetrwała do końca 1972 roku, czyli do kolejnej reformy administracyjnej, która przywracała w Polsce podział państwa na gminy. W 1973 roku reaktywowano gminę Kisielice, w jej skład weszły sołectwa: Biskupiczki, Butowo, Galinowo, Goryń, Jędrychowo, Kisielice, Klimy, Krzywka, Limża, Łęgowo, Łodygowo, Pławty Wielkie, Trupel, Wola. 1 czerwca 1975 roku, na podstawie ustawy o dwustopniowym podziale administracyjnym państwa, przestał istnieć powiat iławski. Gmina Kisielice została bezpośrednio częścią województwa elbląskiego. W 1992 roku na mocy Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 26 września 1991 roku miasto i gmina Kisielice stały się jedną jednostką administracyjną. Ponowne zmiany podziału administracyjnego państwa umiejscowiły gminę w powołanym 1 stycznia 1999 roku województwie warmińsko-mazurskim, w powiecie iławskim. Gmina Kisielice graniczy z: gminą Susz, gminą Iława, gminą Biskupiec (Pomorski) w powiecie nowomiejskim, gminą Łasin w woj. kujawsko-pomorskim oraz gminami: Prabuty i Gardeja w woj. pomorskim.

3.1.3. Sytuacja społeczno-demograficzna - gmina Kielce i miasto Kielce

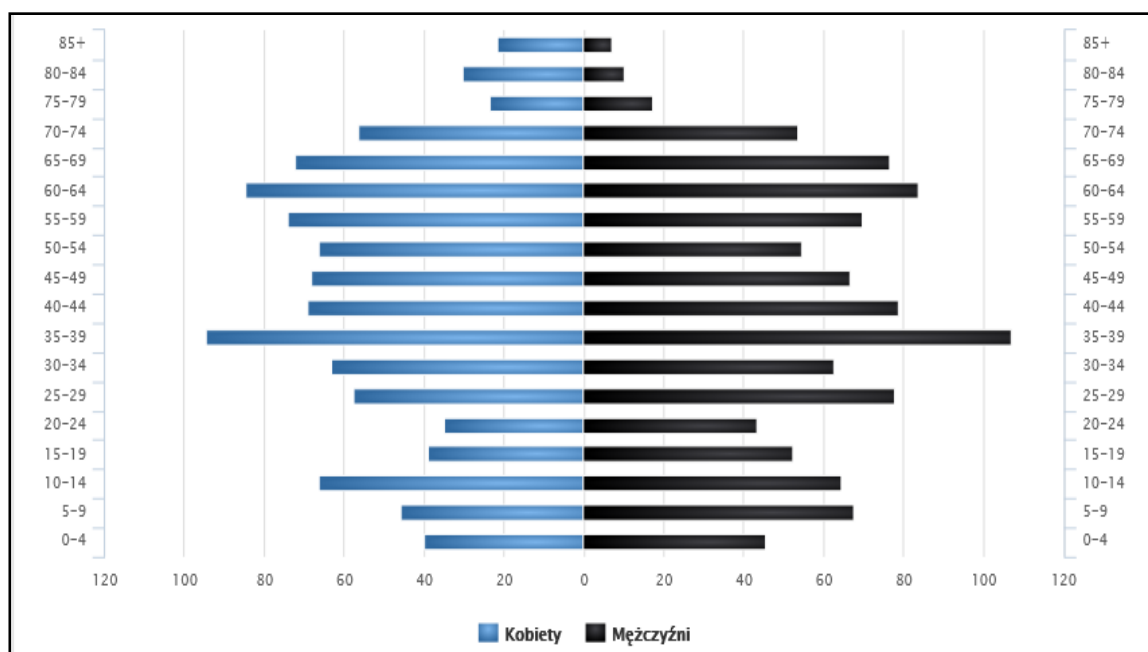
Gmina Kielce ma **5 594** mieszkańców, z czego **48,9%** stanowią kobiety, a **51,1%** mężczyźni. W latach 2002-2022 liczba mieszkańców zmalała o **10,6%**. Średni wiek mieszkańców wynosi **40,3** lat i jest nieznacznie mniejszy od średniego wieku mieszkańców województwa warmińsko-mazurskiego oraz nieznacznie mniejszy od średniego wieku mieszkańców całej Polski. Mieszkańcy gminy Kielce zawarli w 2021 roku **16** małżeństw, co odpowiada **2,8** małżeństwom na 1000 mieszkańców. Jest to znacznie mniej od wartości dla województwa warmińsko-mazurskiego oraz znacznie mniej od wartości dla Polski. W tym samym okresie odnotowano **1,7** rozwodów przypadających na 1000 mieszkańców. **27,4%** mieszkańców gminy Kielce jest stanu wolnego, **54,4%** żyje w małżeństwie, **7,4%** mieszkańców jest po rozwodzie, a **8,1%** to wdowy/wdowcy. Gmina Kielce ma ujemny przyrost naturalny wynoszący **-50**. Odpowiada to przyrostowi naturalnemu **-8,85** na 1000 mieszkańców gminy Kielce. W 2021 roku urodziło się **36** dzieci, w tym **44,4%** dziewczynek i **55,6%** chłopców. Średnia waga noworodków to **3 379** gramów. Współczynnik dynamiki demograficznej, czyli stosunek liczby urodzeń żywych do liczby zgonów wynosi **0,71** i jest znacznie większy od średniej dla województwa oraz nieznacznie większy od współczynnika dynamiki demograficznej dla całego kraju. W 2021 roku **24,1%** zgonów w gminie Kielce spowodowanych było chorobami układu krążenia, przyczyną **20,8%** zgonów w gminie Kielce były nowotwory, a **5,8%** zgonów spowodowanych było chorobami układu oddechowego. Na 1000 ludności gminy Kielce przypada **15,22** zgonów. Jest to znacznie więcej od wartości średniej dla województwa warmińsko-mazurskiego oraz znacznie więcej od wartości średniej dla kraju. W 2021 roku zarejestrowano **56** zameldowań w ruchu wewnętrznym oraz **112** wymeldowań, w wyniku czego saldo migracji wewnętrznych wynosi dla gminy Kielce **-56**. W tym samym roku **2** osoby zameldowały się z zagranicy oraz zarejestrowano **1** wymeldowanie za granicę - daje to saldo migracji zagranicznych wynoszące **+1**. **59,2%** mieszkańców gminy Kielce jest w wieku produkcyjnym, **20,4%** przedprodukcyjnym, a **20,4%** poprodukcyjnym.

Kielce są małym miastem z liczbą mieszkańców wynoszącą **2 035**, z czego **49,9%** stanowią kobiety, a **50,1%** mężczyźni. W latach 2002-2022 liczba mieszkańców zmalała o **9,0%**. Średni wiek mieszkańców wynosi **41,7** lat i jest porównywalny do średniego wieku mieszkańców województwa warmińsko-mazurskiego oraz porównywalny do średniego wieku mieszkańców całej Polski. Mieszkańcy Kisielice zawarli w 2021 roku **6** małżeństw, co odpowiada **2,9** małżeństwom na 1000 mieszkańców. Jest to znacznie mniej od wartości dla województwa warmińsko-mazurskiego oraz znacznie mniej od wartości dla Polski. W tym samym okresie odnotowano **1,7** rozwodów przypadających na 1000 mieszkańców. Jest to wartość porównywalna do wartości dla województwa warmińsko-mazurskiego oraz więcej od wartości dla kraju. **27,2%** mieszkańców Kisielice jest stanu wolnego, **54,4%** żyje w małżeństwie, **7,4%** mieszkańców jest po rozwodzie, a **8,3%** to wdowy/wdowcy. Kielce mają ujemny przyrost naturalny wynoszący **-10**. Odpowiada to przyrostowi naturalnemu **-4,80** na 1000 mieszkańców Kisielice. W 2021 roku urodziło się **17** dzieci, w tym **41,2%** dziewczynek i **58,8%** chłopców. Średnia waga noworodków to **3 379** gramów. Współczynnik dynamiki demograficznej, czyli stosunek liczby urodzeń żywych do liczby zgonów wynosi **0,71** i jest znacznie większy od średniej dla województwa oraz nieznacznie większy od współczynnika dynamiki demograficznej dla całego kraju. W 2021 roku **24,1%** zgonów w Kisielicach spowodowanych było chorobami układu krążenia, przyczyną **20,8%** zgonów w Kisielicach były nowotwory, a **5,8%** zgonów spowodowanych było chorobami układu oddechowego. Na 1000 ludności Kisielice przypada **12,96** zgonów. Jest to nieznacznie mniej od wartości średniej dla województwa warmińsko-mazurskiego oraz nieznacznie mniej od wartości średniej dla kraju. W 2021 roku zarejestrowano **21** zameldowań w ruchu wewnętrznym oraz **39** wymeldowań, w wyniku czego saldo migracji wewnętrznych wynosi dla Kisielice **-18**. W tym samym roku **0** osób zameldowało się z zagranicy oraz zarejestrowano **0** wymeldowań za granicę - daje to saldo migracji zagranicznych wynoszące **0**. **59,1%** mieszkańców Kisielice jest w wieku produkcyjnym, **18,7%** przedprodukcyjnym, a **22,2%** mieszkańców jest w wieku poprodukcyjnym.

Rys. 4. Populacja Kisielice w latach 1995-2022



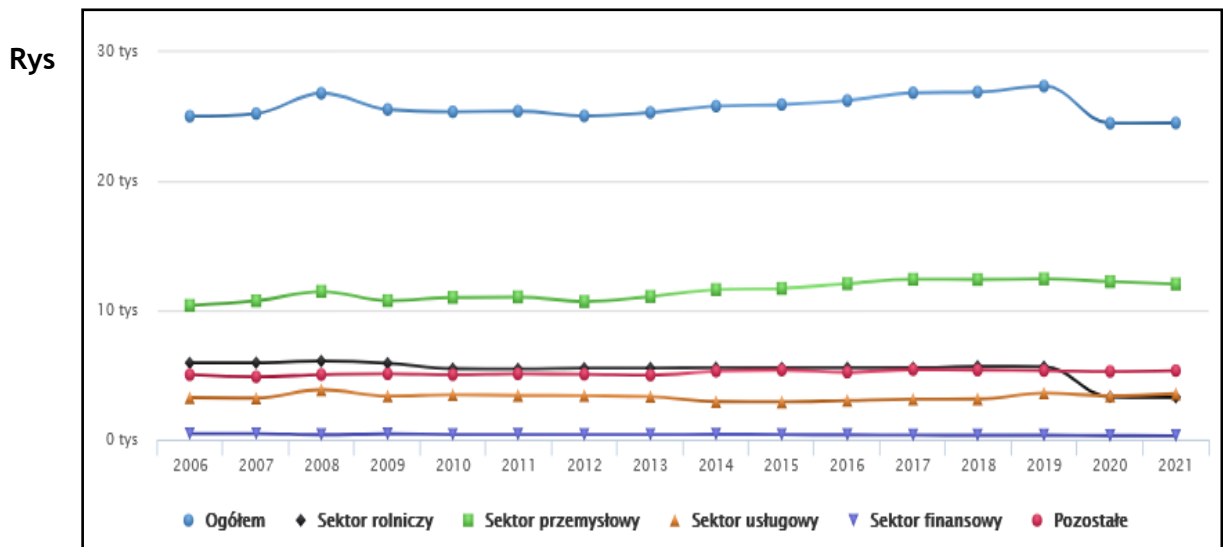
Rys. 5. Piramida wieku mieszkańców Kisielice w 2021 roku



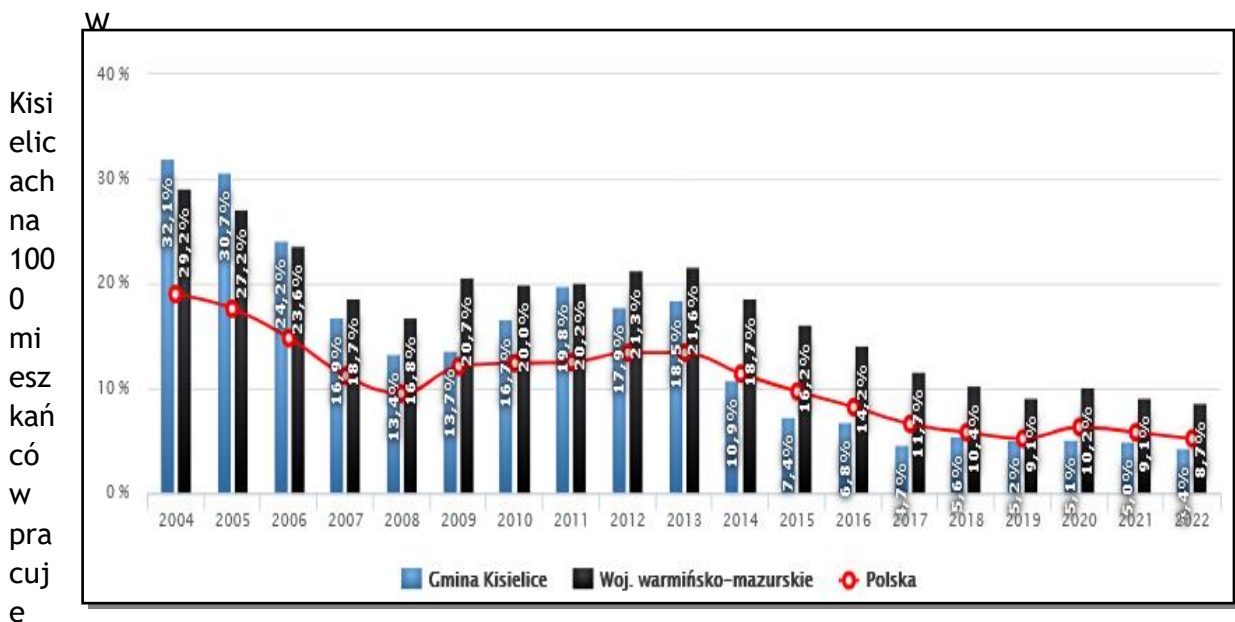
3.1.4. Sytuacja gospodarcza miasta Kisielice na tle gminy Kisielice

W gminie Kisielice na 1000 mieszkańców pracuje 101 osób. 61,1% wszystkich pracujących ogółem stanowią kobiety, a 38,9% mężczyźni. Bezrobocie rejestrowane w gminie Kisielice wynosiło w 2022 roku 4,4% (4,4% wśród kobiet i 4,4% wśród mężczyzn). W 2021 roku przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w gminie Kisielice wynosiło 4 557,38 PLN, co odpowiada 75,90% przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto w Polsce. Wśród aktywnych zawodowo mieszkańców gminy Kisielice 379 osób wyjeżdża do pracy do innych gmin, a 105 pracujących przyjeżdża do pracy spoza gminy - tak więc saldo przyjazdów i wyjazdów do pracy wynosi -274. 3,4% aktywnych zawodowo mieszkańców gminy Kisielice pracuje w sektorze rolniczym (rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo), 49,1% w przemyśle i budownictwie, a 14,5% w sektorze usługowym (handel, naprawa pojazdów, transport, zakwaterowanie i gastronomia, informacja i komunikacja) oraz 1,2% pracuje w sektorze finansowym (działalność finansowa i ubezpieczeniowa, obsługa rynku nieruchomości).

Rys. 6. Szacunkowa stopa bezrobocia rejestrowanego w gminie Kisielice w latach 2004-2022

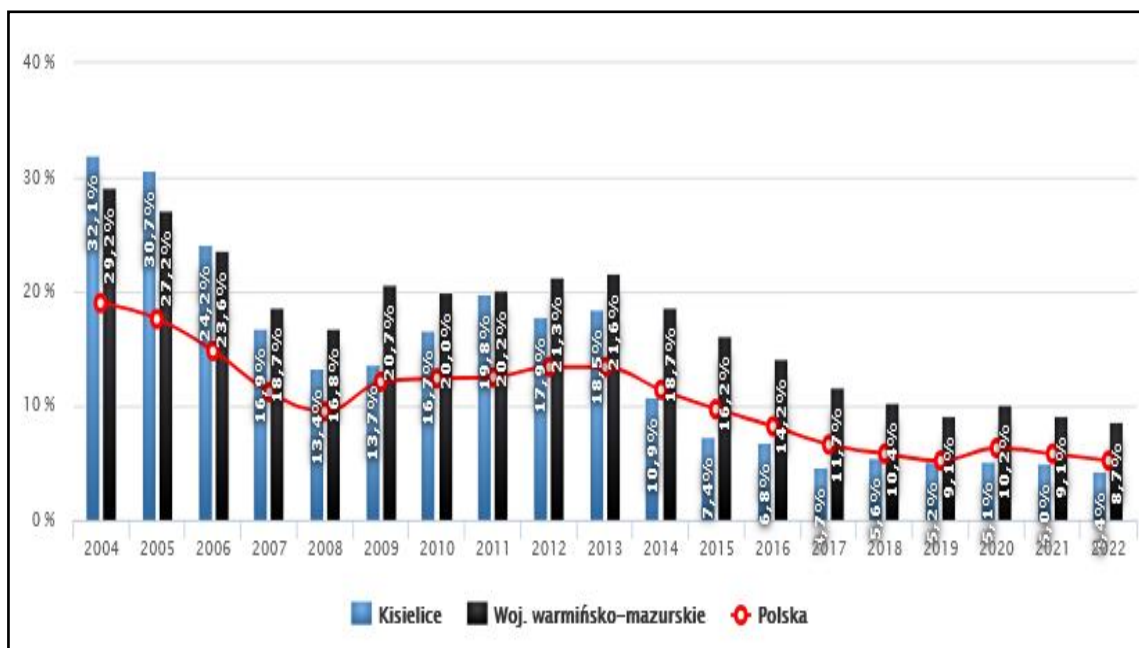


p
racujących według sektorów ekonomicznych w gminie Kisielice w latach 2006-2021

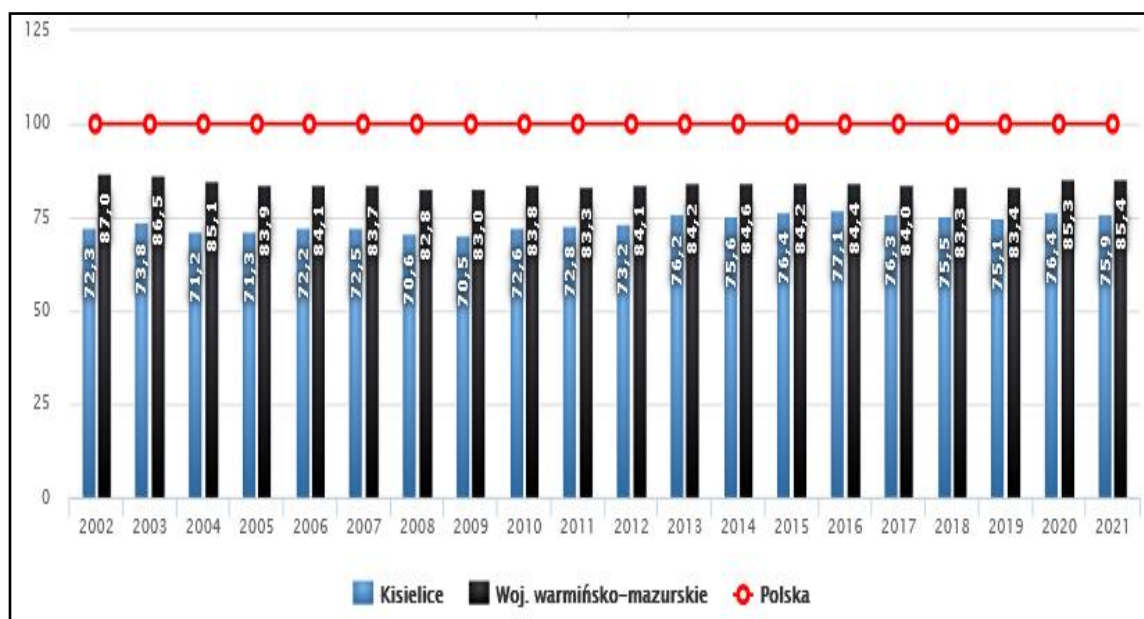


203 osób. Jest to wartość porównywalna do wartości dla województwa warmińsko-mazurskiego oraz znacznie mniej od wartości dla Polski. 63,0% wszystkich pracujących ogółem stanowią kobiety, a 37,0% mężczyźni. Bezrobocie rejestrowane w Kisielicach wynosiło w 2022 roku 4,4% (4,4% wśród kobiet i 4,4% wśród mężczyzn). Jest to znacznie mniej od stopy bezrobocia rejestrowanego dla województwa warmińsko-mazurskiego oraz znacznie mniej od stopy bezrobocia rejestrowanego dla całej Polski. W 2021 roku przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w Kisielicach wynosiło 4 557,38 PLN, co odpowiada 75,90% przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto w Polsce. Wśród aktywnych zawodowo mieszkańców Kisielice 130 osób wyjeżdża do pracy do innych miast, a 81 pracujących przyjeżdża do pracy spoza gminy - tak więc saldo przyjazdów i wyjazdów do pracy wynosi -49. 13,4% aktywnych zawodowo mieszkańców Kisielice pracuje w sektorze rolniczym (rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo), 49,1% w przemyśle i budownictwie, a 14,5% w sektorze usługowym (handel, naprawa pojazdów, transport, zakwaterowanie i gastronomia, informacja i komunikacja) oraz 1,2% pracuje w sektorze finansowym (działalność finansowa i ubezpieczeniowa, obsługa rynku nieruchomości).

Rys. 8. Szacunkowa stopa bezrobocia rejestrowanego w Kisielicach w latach 2004-2022



Rys. 9. Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w Kisielicach w latach 2002-2021 w relacji do średniej krajowej (Polska = 100)



W Kisielicach w 2022 roku w rejestrze REGON zarejestrowanych było **208** podmiotów gospodarki narodowej, z czego **145** stanowiły osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą. W tymże roku zarejestrowano **5** nowych podmiotów, a **12** podmiotów zostało wyrejestrowanych. Na przestrzeni lat 2009-2022 najwięcej (**34**) podmiotów zarejestrowano w 2012 roku, a najmniej (**5**) w 2022 roku. W tym samym okresie najwięcej (**33**) podmiotów wykreślono z rejestru REGON w 2009 roku, najmniej (**7**) podmiotów wyrejestrowano natomiast w 2010 roku. Według danych z rejestru REGON wśród podmiotów posiadających osobowość prawną w Kisielicach najwięcej (**8**) jest stanowiących spółki cywilne. Analizując rejestr pod kątem liczby zatrudnionych pracowników można stwierdzić, że najwięcej (**201**) jest mikro-przedsiębiorstw, zatrudniających

0-9 pracowników. **2,4% (5)** podmiotów jako rodzaj działalności deklarowało rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo, jako przemysł i budownictwo swój rodzaj działalności deklarowało **19,2% (40)** podmiotów, a **78,4% (163)** podmiotów w rejestrze zakwalifikowana jest jako pozostała działalność. Wśród osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą w Kisielicach najczęściej deklarowanymi rodzajami przeważającej działalności są handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle (**33,1%**) oraz budownictwo (**17,2%**).

Gmina Kisielice jako pierwsza w Polsce osiągnęła samowystarczalność energetyczną, co zapewniły jej **54** turbiny wiatrowe o łącznej mocy prawie 100 MW (stan z 2015 roku). Gmina Kisielice zwyciężyła w kategorii MANAGENERGY w ramach prestiżowego wydarzenia pn. „Sustainable Energy Europe & ManagEnergy Awards”, corocznej ogółouropejskiej inicjatywy organizowanej przy Komisji Europejskiej w Brukseli. Kisielice zwyciężyły w swojej kategorii projektem pn. „Gmina Kisielice - Samowystarczalna Energetycznie Gmina”, w ramach którego zostały opisane dotychczasowe działania i osiągnięcia gminy z zakresu: ograniczenia emisji zanieczyszczeń, dążeń do uniezależnienia się energetycznego gminy, lokalnego rozwoju gospodarczego w oparciu o inwestycje w OZE. Na terenie gminy znajduje się **66** wiatraków, a te wytwarzają prąd, którego wystarczyłoby dla nawet **26** tysięcy rodzin. Gmina posiada także ciepłownię na biomasę. Ciepło produkowane jest ze słomy, dzięki czemu rachunki za ogrzewanie są dwu- a nawet trzykrotnie niższe niż w innych miastach w okolicy. Przy okazji okoliczni rolnicy zarabiają na sprzedaży słomy. W Kisielicach jest też biogazownia, która z kiszonki kukurydzianej wytwarza prąd i ciepło do ogrzania ciepłej wody wiosną i latem. Wszystko te ekologiczne elementy infrastruktury są ze sobą powiązane i nawzajem się uzupełniają.

3.1.5. Potencjał i rozwój infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej

Do wybuchu II wojny światowej w mieście istniały dwa kościoły (XIV-wieczny stary kościół katolicki oraz kościół ewangelicki) i dwie synagogi. W Kisielicach działały dwa młyny (Scheffera i Adam), wiatrak Stojki, fabryka maszyn rolniczych Sommitza, cegielnia Utesch, tartak Sternberga oraz mleczarnia Towarzystwa Mleczarskiego. Od 1920 roku w mieście wydawana była „Gazeta Kisielicka”, drukowana w miejscowej drukarni Bartelsa. W czasie drugiej wojny światowej, w szczególności za sprawą ofensywy armii czerwonej został zniszczony cały dorobek kulturalny wielu pokoleń, w tym pałace i dwory świadczące o wielowiekowej historii tych ziem. Dlatego też turystyczny obraz Kisielic wynika przede wszystkim z walorów środowiskowych lokalizacji miasta.

Kisielice i jego okolice leżą na terenach morenowych i sandrowych, wyróżniających się urozmaiconymi formami rzeźby. W obrębie miasta występuje jezioro o niewielkiej powierzchni. Niedaleko miasta położone jest **Jezioro Rakowe**, które jest kąpieliskiem mieszkańców Kisielic. W okolicach miasta, na terenach sandrowych, znajdują się jeziora, głównie rynnowe, otoczone znacznymi kompleksami leśnymi m.in. **Jezioro Goryńskie** i **Trupel**. W okolicy Kisielic znajduje się Park Krajobrazowy Pojezierza Iławskiego, posiadający status „Zielonych Płuc Polski” oraz Lasy Państwowe Nadleśnictwa Susz. Na terenie gminy znajdują się obszary objęte różnymi formami ochrony przyrody, tj. Obszar Chronionego Krajobrazu Jeziora Goryńskiego (**1463** ha) oraz **26** pomników przyrody. Są to pojedyncze okazy i aleja drzew.

W Kisielicach zbiegają się trzy trasy rowerowe:

- **POCZTYLIONA**, z Elbląga do Gorynia, o długości **131,2** km, z żółtym kolorem oznakowania. Przebieg trasy: Elbląg, Gronowo Górne, Nowina, Przezmark, Komorowo Żuławskie, Piona, Myślecin, Pasieki, Weklice, Aniołowo, Leszczyna, Marianka, Pastęk, Gołębki, Rogajny, Surowo, Kwitajny, Zielno, Kronin, Wójtowizna, Zielonka Pasłęcka, Sambród, Leśnica, Małdyty, Zajezerze, Jarnottowo, Bądky, Zalewo, Półwieś, Witoszewo, Bądze, Dolina, Kamieniec, Rudniki, Olbrachtowo, Olbrachtówko, Susz, Bałoszyce, Łęgowo, **KISIELICE**, Goryń;

- **AUTORYTETÓW**, z Jezierzyc do Kisielic, o długości **59,8** km, z czerwonym kolorem oznakowania. Przebieg trasy: Jezierzyc, Tynwałd, Rudzienice, Matyki, Gromoty, Ławice, Dziarny, Itawa, Radomek, Karaś, Wonna, Skarszewo, Gulb, Trupel, **KISIELICE**;
- **W KRAINIE WIATRAKÓW**, z Kisielic do Trupla, o długości **25** km, z niebieskim kolorem oznakowania. Przebieg trasy: **KISIELICE**, Sobiewola, Krzywka, Wałdowo, Goryń, Trupel.

W promieniu kilkunastu kilometrów od Kisielic znajdują się między innymi malowniczo położone jezioro **Trupel**, zlokalizowane w dorzeczu rzeki Liwy **Jezior Suskie** oraz jezioro **Karaś** usytuowane w niedalekiej odległości od Itawy, **Jezioro Goryńskie** w obszarze Chronionego Krajobrazu Jeziora Goryńskiego. W okolicach miasta występuje kąpielisko miejskie na **Jeziorze Rakowym**.

W biskiej odległości od Kisielic znajdują się miejscowości **Kwidzyn** z zamkiem i katedrą, **Prabuty** z ruinami zamku Biskupów Pomezkańskich i gotycką katedrą, **Szymbark** z ruinami zamku, **Kamieniec** z ruinami pałacu (w czasie kampanii 1806-1807 mieszkał tutaj Napoleon Bonaparte z Marią Walewską) oraz **Ogrodzieniec** (z ruinami pałacu pruskiego rodu Hindenburg).

Atrakcją turystyczną w wymiarze historycznym, jest natomiast wzniesiony w 1331 roku **kościół pw. Matki Bożej Królowej Świata**. Na przełomie lat 50. i 60. XX wieku świątynia została odbudowana po spłonięciu w 1945 roku. W kościele znajdują się relikwie św. Wincentego Pallottiego.

Rys. 10. Kościół w Kisielicach pw. Matki Bożej Królowej Świata

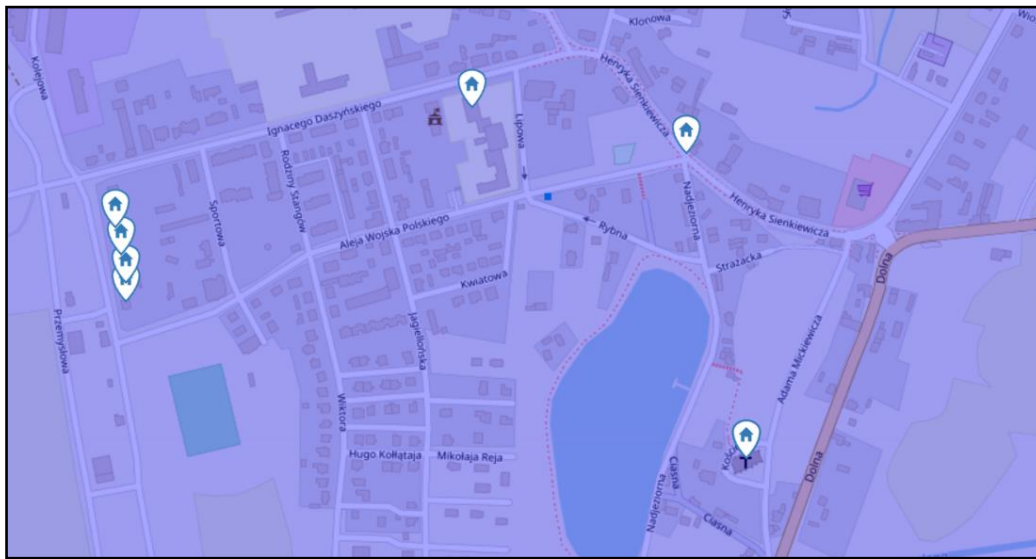


Na dzień 15 grudnia 2017 roku na obszarze Kisielic znajdowało się **8** zabytkowych obiektów wpisanych do rejestru zabytków. Są to:

- zabytek nieruchomy z XIV wieku,
- Kościół z XIV - XVI wieku,
- Cmentarz przykościelny z XIV-XVI wieku,
- budynek mieszkalny z 1910 r. na ulicy Kolejowej 7,

- budynek mieszkalny z 1910 r. na ulicy Kolejowej 9,
- budynek mieszkalny z 1910 r. na ulicy Kolejowej 11,
- budynek mieszkalny z 1910 r. na ulicy Kolejowej 13,
- szkoła z 1925 r. na ulicy Alei Wojska Polskiego.

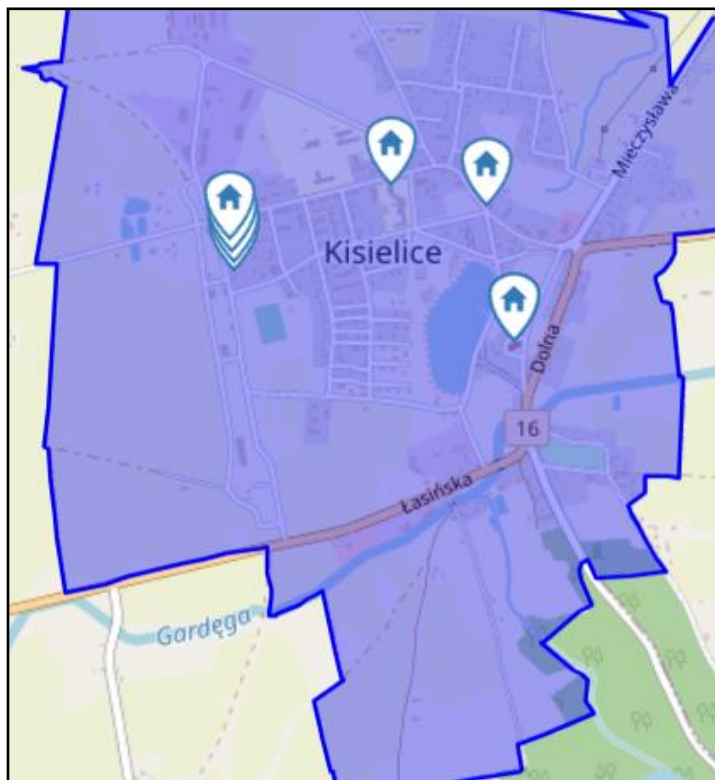
Rys. 11. Lokalizacja zabytków w Kisielicach



Przywołując dane Centralnego Rejestru Form Ochrony Przyrody z 2017 roku na obszarze Gminy Kisielice są dwie formy ochrony przyrody:

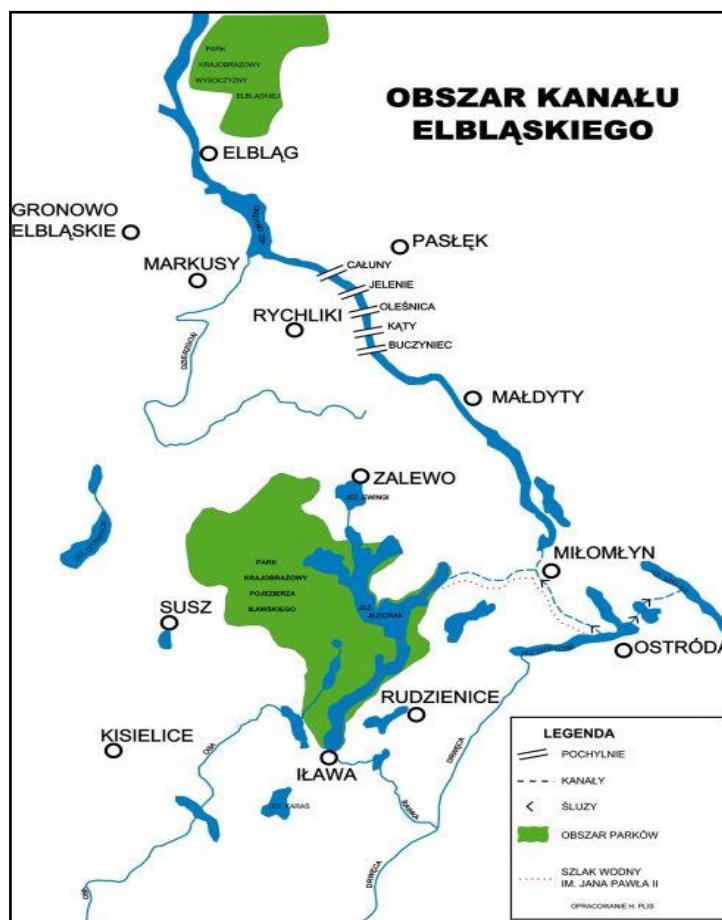
- Obszar Chronionego Krajobrazu Jeziora Goryńskiego wyznaczony 1 lipca 1985 roku o powierzchni 2 542 ha, w gminach: Kisielice (powiat iławski) i Biskupiec (powiat nowomiejski). Obejmuje on niecki jezior: Goryńskiego, Dłużek i Trupel. Ochronie podlega krajobraz pojezierny o wybitnych walorach turystyczno-rekreacyjnych, gdzie użytki rolne stanowią 54,1%, wody 24,2%, a lasy 15,1% powierzchni Obszaru Chronionego Krajobrazu.
- 57 pomników przyrody, którymi są:
 - 47 dębów szypułkowych w Kisielicach (2 szt.), Jędrychowcie (1 szt.), Kantowie (1 szt.), Limży (5 szt.), Łęgowie (34 szt.), Ogrodzieńcu (1 szt.), Pławtach Wielkich (1 szt.), Truplu (1 szt.), Wałdówku (1 szt.);
 - 4 buki pospolite w Kisielicach (1 szt.), Łęgowie (3 szt.);
 - 2 klony pospolite w Limży (2 szt.);
 - 1 lipa drobnolistna w Klimach (1 szt.);
 - 1 jesion wyniosły w Pławtach Wielkich (1 szt.);
 - 1 wierzba w Truplu (1 szt.);
 - 1 świerk pospolity w Goryniu (1 szt.).

Rys. 12. Lokalizacja pomników przyrody w obszarze Kisielice



Kisielice nie dysponują bazą obiektów noclegowych, począwszy od domków letniskowych, apartamentów i hosteli, a na luksusowych hotelach kończąc.

Rys. 13. Kisielice w obszarze Kanału Elbląskiego



3.2. UPROSZCZONA ANALIZA SWOT OBSZARU OBJĘTEGO KONCEPCJĄ I WNIOSKI

Strategia rozwojowa jednostki terytorialnej, włączając w to działania marketingowe, powinna zajmować się problemami możliwymi do rozwiązania przy danych zasobach i umiejętnościach miejscowości. Generalnie odrzuca się taką strategię, która nie stwarza miejscowości szczególnej przewagi nad jej konkurentami lub przewagi takiej nie wykorzystuje. Sposobem analizy sytuacji rynkowej jest analiza SWOT, stanowi jedno z głównych narzędzi planu strategicznego. Jej istotą jest identyfikacja czynników wewnętrznych (mocnych i słabych stron) oraz zewnętrznych (szans i zagrożeń) charakteryzujących przedmiot analizy. SWOT pozwala na skonfrontowanie szans, możliwości oraz ograniczeń istniejących w otoczeniu z zasobami rozpatrywanymi w kontekście atutów i słabości. Przeprowadzając analizę SWOT, poznając atuty i słabości oraz możliwości i zagrożenia stojące przed miejscowością można ocenić szansę powodzenia określonego przedsięwzięcia i ryzyko, jakie zostanie podjęte. Podstawą opracowania analizy SWOT były spotkania warsztatowe z udziałem władz samorządowych Kisielice.

Tabela 1. Analiza SWOT dla miejscowości Kisielice

MOCNE STRONY
1. Jezioro miejskie (Jezioro Rakowo). 2. 17 akwenów wodnych w gminie. 3. Wieża ciśnień. 4. Istniejące ścieżki rowerowe. 5. Zadawalający stan środowiska naturalnego. 6. Muzeum interaktywne. 7. Zabytki wpisane do rejestru i pomniki przyrody. 8. OZE: kotłownia na biomasę, biogazownia. 9. Prężnie działające Koło Gospodyń Wiejskich i Ochotnicza Straż Pożarna
SŁABE STRONY
1. Niewystarczająca baza noclegowa i gastronomiczna dla obsługi ruchu turystycznego. 2. Emigracja młodych ludzi i niski poziom ich zaangażowania społecznego. 3. Starzenie się społeczeństwa w gminie. 4. Utrudnienia komunikacyjne. 5. Niska podaż miejsc pracy w Kisielicach. 6. Brak infrastruktury sanitarnej w mieście i przy jeziorach. 7. Brak miejsc na spotkania społeczności lokalnej (oferty kulturalno-rozrywkowej, w szczególności dla młodzieży). 8. Niewystarczające fundusze na rozwój infrastruktury technicznej (np. drogi) w gminie. 9. Niska skłonność społeczności lokalnej do angażowania w sprawy społeczne
SZANSE
1. Moda na korzystanie z oferty agroturystycznej. 2. Pobyt w miejscowościach o czystym powietrzu z możliwością nabycia produktów ekologicznych. 3. Transformacja gospodarki w kierunku Odnawialnych Źródeł Energii. 4. Moda na lokalne produkty tradycyjne. 5. Środki budżetowe na budowę/modernizację dróg lokalnych. 6. Możliwość wykorzystania funduszy europejskich na rozwój lokalny.
ZAGROŻENIA
1. Konkurencja ze strony innych miejscowości. 2. Niestabilne otoczenie prawne w kontekście realizacji zadań własnych przez samorząd. 3. Wyludnianie się obszarów wiejskich. 4. Starzenie się społeczeństwa. 5. Malejąca siła nabywcza dochodów. 6. Niestabilność rynków rolnych, ze względu na ich specyfikę. 7. Pogarszająca się dochodowość upraw i hodowli. 8. Niekorzystne zmiany uwarunkowań prawnych w zakresie OZE, w tym fotowoltaiki.

Przeprowadzona analiza SWOT wskazuje na następujące **zasoby**, które powinny być wykorzystane w strategii rozwoju miasta zgodnie z ideą smart:

1. Akweny wodne z potencjałem do wykorzystania.
2. Zabytki dziedzictwa historycznego i kulturowego.
3. Trasy rowerowe przebiegające przez miasto.
4. Troska o środowisko naturalne i ukierunkowanie miasta na wykorzystanie OZE (Odnawialnych Źródeł Energii).

Do **barier** ograniczający potencjał rozwojowy zaliczono natomiast:

1. Niski stopień integracji i aktywizacji społecznej.
2. Braki infrastruktury miejskiej (np. toalety, drogi).
3. Niewystarczająca baza noclegowa i gastronomiczna dla potrzeb obsługi ruchu turystycznego.
4. Słaba widoczność informacji turystycznych.

3.3. BADANIA POTRZEB MIESZKAŃCÓW

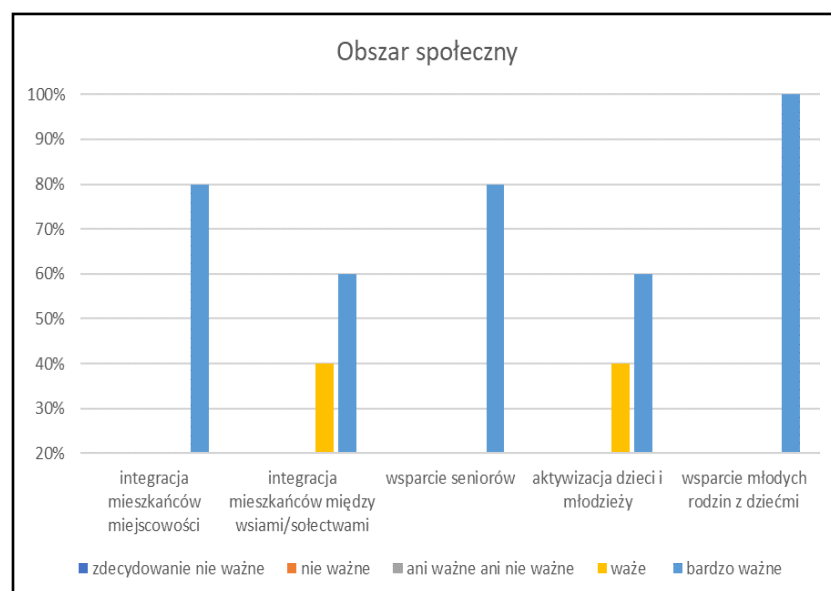
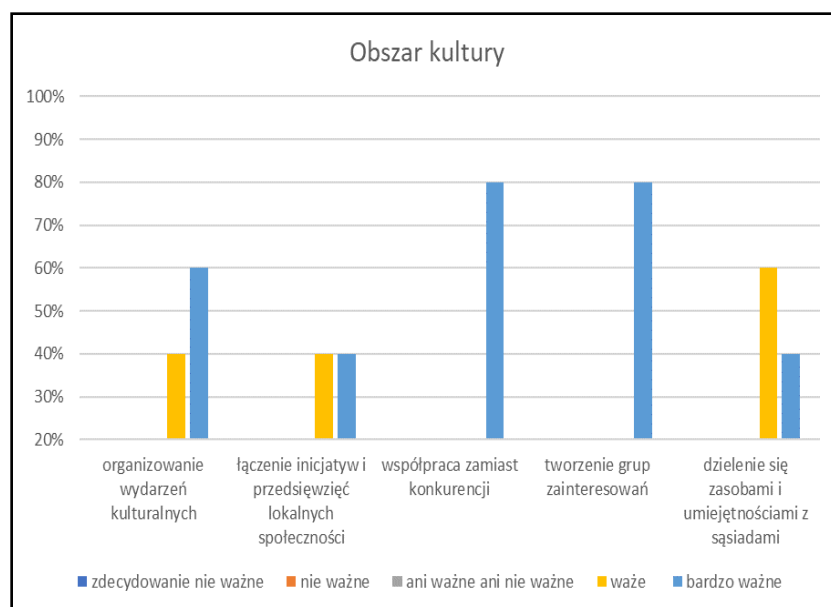
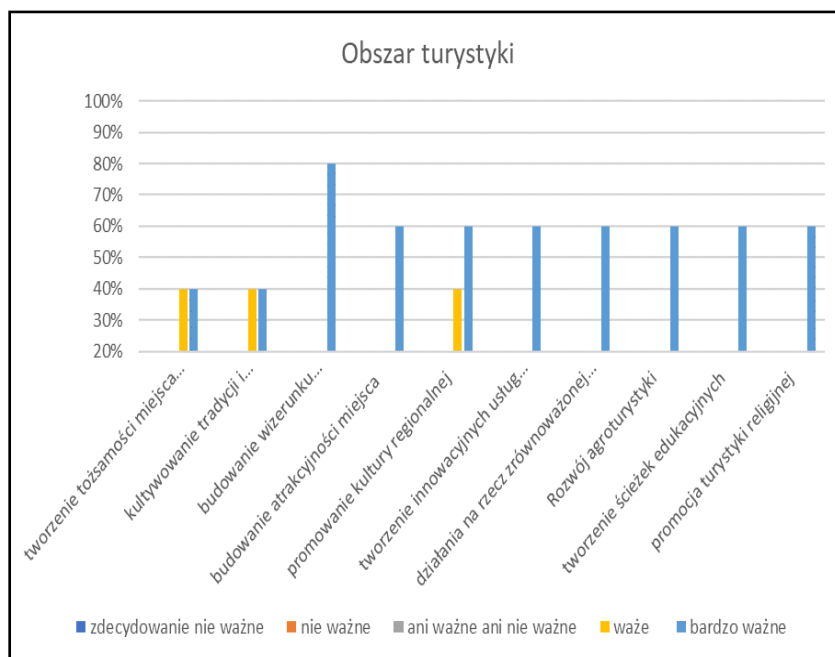
Warunkiem *sine qua non* opracowania strategii rozwoju i koncepcji Smart Village jest identyfikacja potrzeb mieszkańców, dlatego też spotkania warsztatowe z mieszkańcami poszczególnych wsi ukierunkowane były m.in. na określenie preferencji, oczekiwań i szeroko rozumianych potrzeb społeczności lokalnej. Na podstawie zdefiniowanych podczas pierwszych warsztatów problemów i wyrażanych opinii należy stwierdzić, że kluczowe potrzeby mieszkańców Kisielice dotyczą trzech sfer, tj.:

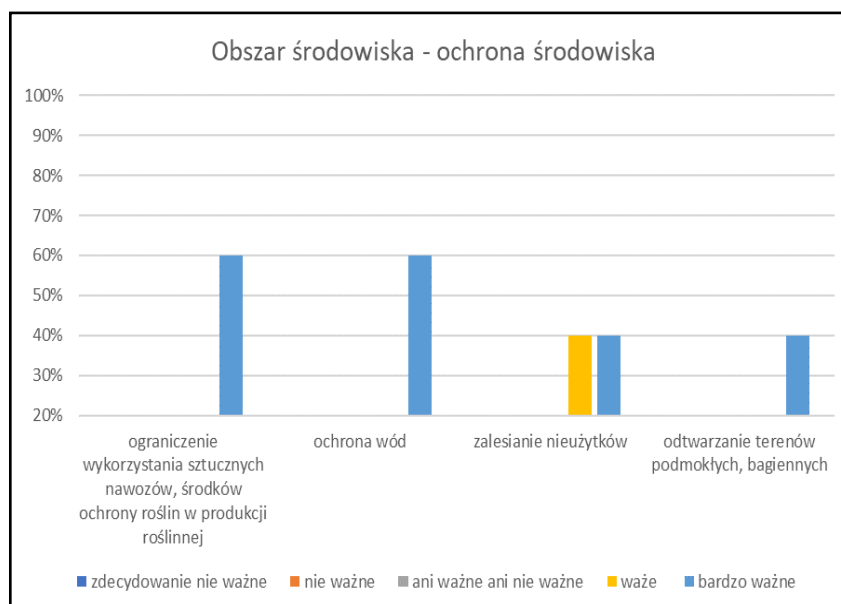
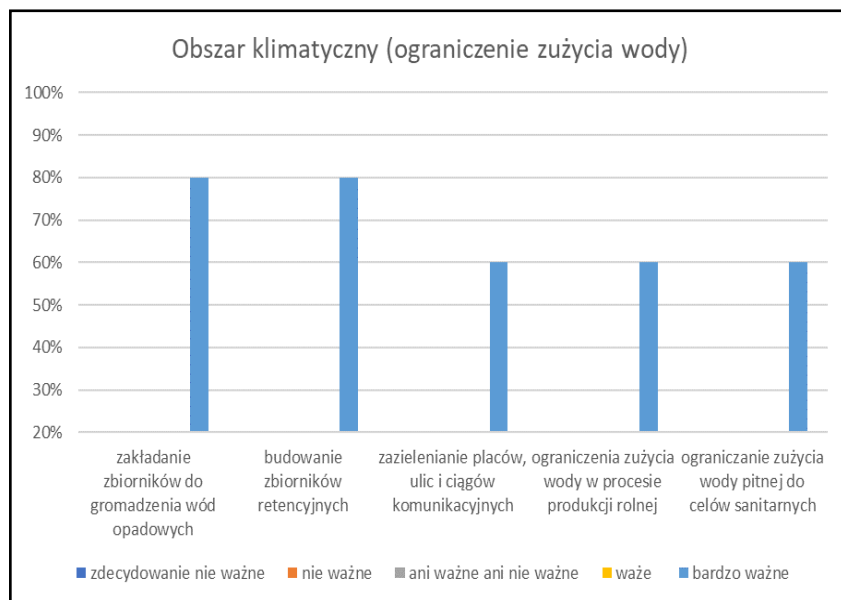
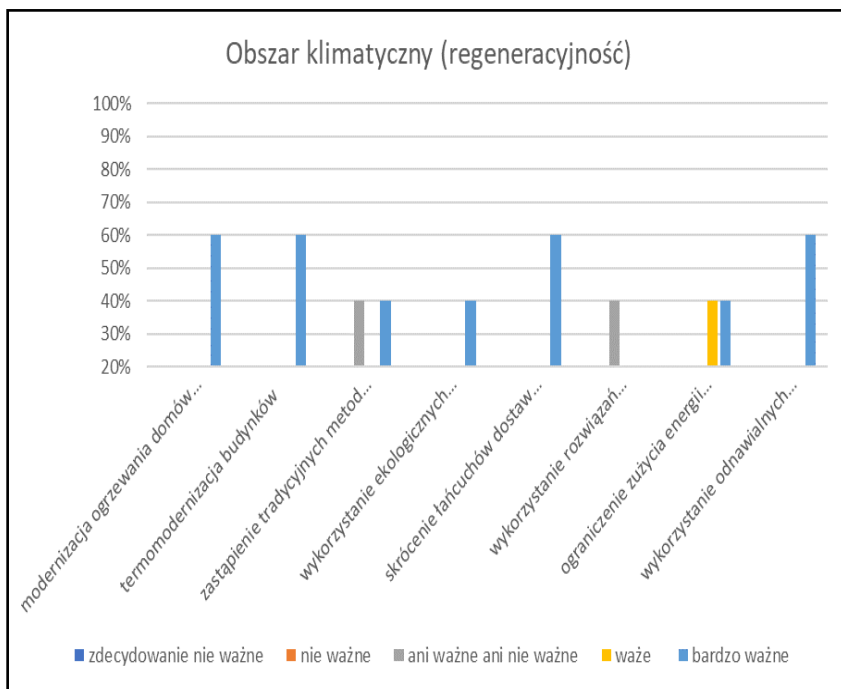
- turystyki,
- kapitału społecznego (integracji),
- ekologii.

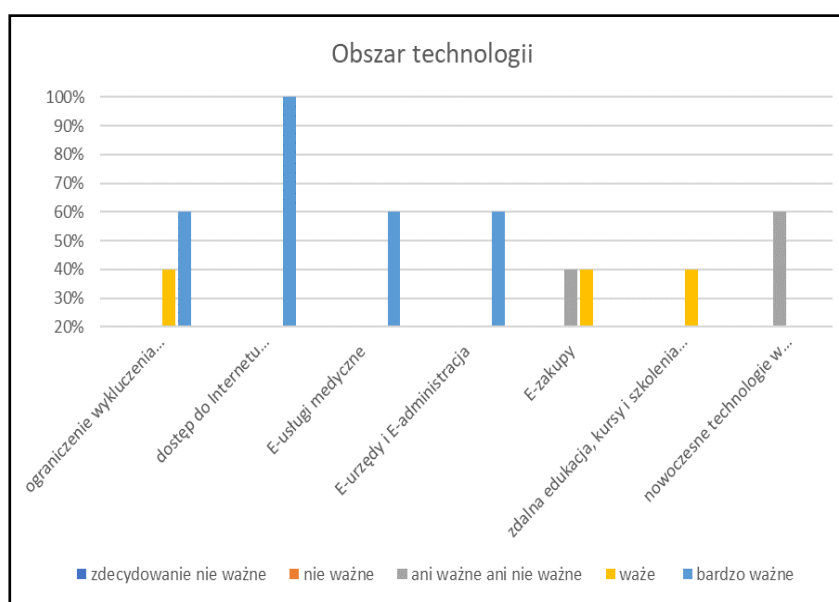
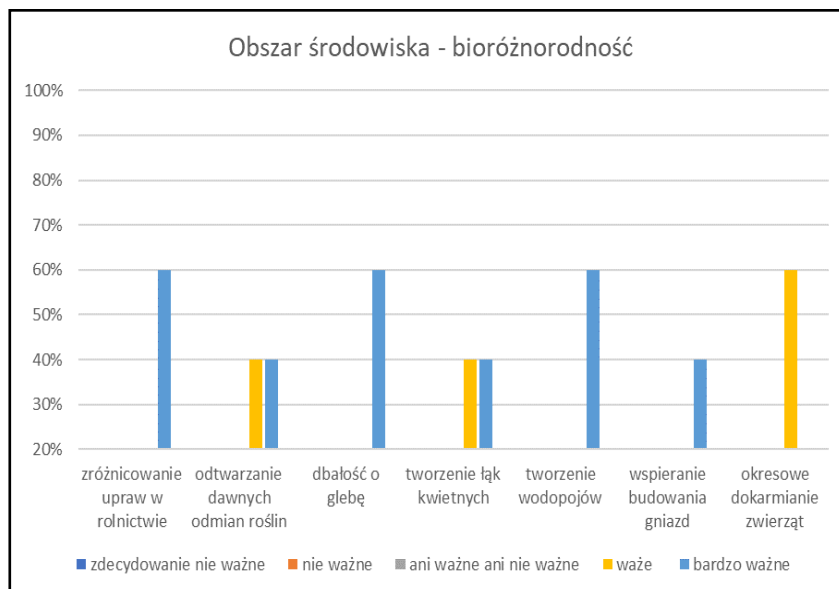
W celu głębszego ich poznania przeprowadzono dodatkowo badania ankietowe. Celem ankiety było pozyskanie opinii mieszkańców Kisielice na temat działań w obszarze społecznym, kulturowym, turystycznym, klimatycznym, środowiskowym, technologicznym, a także ocena preferencji mieszkańców względem proponowanych celów działań i rozwiązań. Do 23 września 2023 roku zaledwie 5 kwestionariuszy wywiadu zostało wypełnionych przez członków społeczności lokalnej. **W tej sytuacji wyniki badań nie stanowią rzetelnej wiedzy na temat potrzeb społecznych wszystkich mieszkańców Kisielice i nie mogą być podstawą wnioskowania i formułowania strategii smart.** W tym miejscu autorzy strategii jedynie sygnalizują co następuje. Dla uczestników badań największe znaczenie mają:

- wsparcie młodych rodzin z dziećmi w sferze potrzeb lokalnej społeczności (80% wskazań),
- współpraca z innymi podmiotami/jednostkami terytorialnymi oraz tworzenie grup zainteresowań, np. Koła Gospodyń Wiejskich, warsztaty tematyczne rozwijające umiejętności w sferze kulturowej (80% wskazań),
- budowanie wizerunku miejscowości i społeczności w sferze turystyki (80% wskazań),
- modernizacja ogrzewania domów mieszkalnych i obiektów publicznych, termomodernizacja budynków, skrócenie łańcuchów dostaw produktów rolnych oraz wykorzystanie odnawialnych źródeł energii w serze klimatu w wymiarze regeneracyjności/ograniczenia emisji gazów (60% wskazań każda z odpowiedzi),
- zakładanie zbiorników do gromadzenia wód opadowych oraz budowanie zbiorników retencyjnych w serze klimatu w wymiarze ograniczenia zużycia wody (80% wskazań),
- ograniczenie wykorzystania środków chemicznych w produkcji roślinnej oraz ochrona wód poprzez budowanie instalacji kanalizacyjnych oraz oczyszczalni ścieków w sferze ochrony środowiska (60% wskazań),
- zróżnicowanie upraw w rolnictwie (stosowanie płodozmianu, uprawianie wielu odmian roślin, sadzenie wielu gatunków roślin), dbałość o glebę oraz tworzenie wodopojoów w sferze ochrony środowiska w ujęciu bioróżnorodności (60% wskazań),
- dostępu do Internetu szerokopasmowego/światłowodu w sferze technologii (100% wskazań).

Rys. 15. Oczekiwane kierunki rozwoju społeczności (% wskazań, N=5)

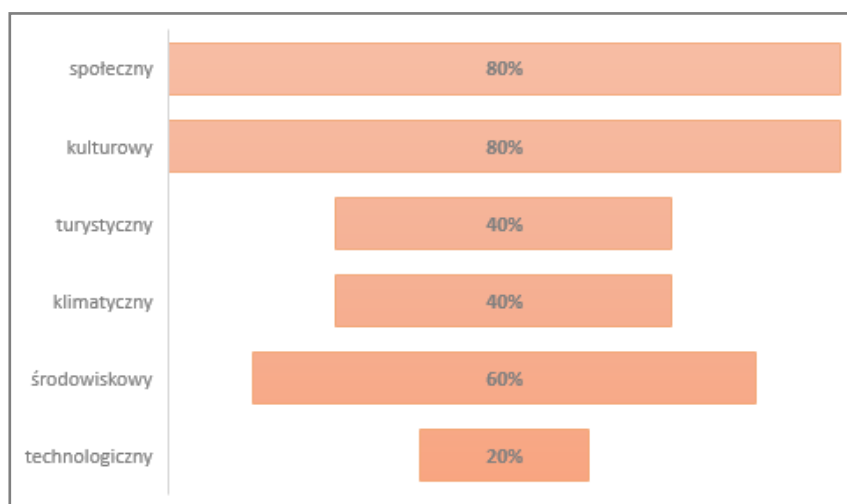






W opinii uczestników badań sfera społeczna i kulturowa są wskazywane jako priorytetowe kierunki w jakich podążać powinien rozwój miejscowości (rys. 15). W tabeli 3 wskazano oczekiwania wąskiej grupy klientów w zakresie tożsamości Kisielice, obyczajów i tradycji, zmian miejskich, integracji społeczności lokalnej, turystyki i współpracy z okolicznymi miejscowościami.

Tab. 3. Preferencje w zakresie rozwoju miejscowości



WYRÓŻNIKI MIEJSCOWOŚĆ ZA 5 LAT (WIZYTÓWKA)

- fermy wiatrowe;
- piękne ulice i elewacje budynków, ponad 100-letnie aleje lipowe, szkoła z 1915 roku z Kisielickim Muzeum na poddaszu, odrestaurowany wóz strażacki Star-26 eksponowany przed Kisielicką OSP;
- znany festyn kulinarny;
- wspólne tradycyjne przyrządzanie potraw;
- przyjazna atmosfera.

OBYCZAJE I TRADYCJE JAKIE POWINNY BYĆ PODTRZYMYWANE I ROZWIJANE

- Dożynki, Dni Kisielic, Dzień Strażaka z przemarszem z orkiestrą ulicami Kisielic, Dzień Rodziny;
- Przekazywanie tradycyjnych recept , przepisów kulinarnych.

NAJBARDZIEJ OCZEKIWANE ZMIANY W MIEJSCOWOŚCI

- integracja społeczna;
- wypracowanie trwałej tożsamości z Kisielicami;
- wsparcie seniorów w większym zakresie;
- utworzenie miejsca do spotkań dla mieszkańców.

DZIAŁANIA W NAJWIĘKSZYM STOPNIU INTEGRUJĄCE MIESZKAŃCÓW MIEJSCOWOŚCI

- nowy festyn, np. Dni Wiatraków;
- odejście od komercjalizacji, zaangażowanie wszystkich grup lokalnych, aktywizowanie ich, zachęcanie, eksponowanie i docenianie. Wtedy będzie angażować się więcej rodzin;
- nowy Festyn;
- Kulinarny, np. pierogowy, golonkowy lub tym podobne;
- wspólne spędzanie czasu;
- wspólne zajęcia, warsztaty np. kulinarne, rękodzieło.

DZIAŁANIA ZACHĘCAJĄCE TURYSTÓW DO ODWIEDZANIA MIEJSCOWOŚCI

- promocja w mediach tradycyjnych i elektronicznych oraz zastosowanie zewnętrznego oświetlenia zabytkowych budynków (kościół, wieża ciśnień, szkoła) w celu wyeksponowania ich walorów;
- wiedza, że Kisielice mają opracowany kalendarz imprez, który jest znany od początku roku;
- szlaki turystyczne, punkt widokowy z wiatą.

NA CZYM POWINNA POLEGAĆ WSPÓŁPRACA Z OKOLICZNYMI SPOŁECZNOŚCIAMI (MIEJSCOWOŚCIAMI) DAJĄCA WSPÓLNE KORZYŚCI

- spotkania integracyjne w celu wymiany doświadczeń;
- możliwe zorganizowanie wspólnych np. festynów, turniejów sportowych, kulinarnych, poprzez zagwarantowanie niesymbolicznych środków finansowych, aby umożliwić zaproszenie, wręczenie podziękowań, nagród w konkursach, promocji;
- zapraszanie, np. na koncerty lokalnych zespołów, wspólne występy, konkurowanie na festynach kulinarnych, itp.;
- różnorodność wykonywania potraw z danego regionu-miejscowości.

3.4. ANALIZA TRENDÓW STEEP I WYBRANYCH TRENDÓW TURYSTYCZNYCH

Trendy są kierunkami i tendencjami zmian widocznymi w potrzebach i zachowaniach ludzi. Wpływają na wskazywane i wybierane cele rozwoju, podejmowane decyzje oraz prowadzone działania. Trendy występują we wszystkich istotnych dziedzinach życia: procesach społecznych i kulturowych, procesach gospodarczych, zjawiskach demograficznych, procesach technologicznych, zjawiskach komunikacji, sposobach rządzenia i zarządzania. Trendy różnią się charakterem, zasięgiem i siłą oddziaływania oraz trwałością. Najtrwalsze są megatrendy. Okres ich oddziaływania nierzadko przekracza dekadę, najczęściej widoczne są w procesach demograficznych, środowiskowych i ekonomicznych, często mają charakter mieszany i występują w kilku dziedzinach. Krótszy okres (5-10 lat) mają makrotrendy, zazwyczaj występują w odrębnych obszarach. Ich znajomość warto wykorzystać w planowaniu rozwoju. Krótkotrwały charakter oraz ograniczony zasięg mają mikrotrendy. Pojawiają się na kilka lat i są dobrze widoczne w zachowaniach ludzi, następnie mogą zanikać lub ulegać przekształceniu. Trendy nie są krótkotrwałymi, sezonowymi modami.

Analiza trendów opracowana dla poszczególnych koncepcji Smart Village ma charakter kontekstowy i została powiązana z głównymi założeniami i priorytetami programu. Jego twórcy wskazali na potrzebę koncentracji w środowiskach wiejskich na grupach w niekorzystnej sytuacji (młodzież, seniorzy), depopulacji wsi i małych miast, zmianach klimatycznych i środowiskowych oraz wykorzystaniu technologii na rzecz poprawy jakości życia. Cele programu zakładają budowę partnerstw na rzecz zwiększania potencjału wsi oraz tworzenie lokalnych sieci w celu sprawniejszej realizacji oczekiwanych efektów. Znajomość trendów ułatwia planowanie oraz ocenę zmian, pozwala lepiej rozumieć motywy i charakter zachowań społeczności, a także określać możliwe kierunki przyszłego rozwoju. Trendy mogą inspirować podejmowane działania, określać ich charakter i cel, wskazywać korzyści lub wskazywać ograniczenia lub zagrożenia.

W opracowywanej koncepcji Smart Village analiza trendów jest częścią analizy SWOT oraz analizy kontekstowej sytuacji i działań grantobiorców, rozpoznania ich otoczenia i interesariuszy. Trendy ułatwiają uzasadnianie planowanych, postulowanych i wprowadzanych zmian, wskazując ich szerszy kontekst i możliwe następstwa. W celu ułatwienia orientacji wśród wielu trendów, w dalszej części zostały one uporządkowane w formie analizy STEEP: trendy społeczne i demograficzne, technologiczne, środowiskowe, ekonomiczne i polityczne. Każdy z trendów krótko scharakteryzowano, wskazując na jego kluczowy wyróżnik i rolę w odniesieniu do lokalnej społeczności oraz sytuacji wsi. W koncepcji Smart Village analiza trendów służy inspirowaniu współautorów, wskazywaniu aktualnie dokonujących się zmian oraz tego jakie czynniki wpłyną na przyszły obraz wsi i wiejskich społeczności.

A. TRENDY SPOŁECZNE I DEMOGRAFICZNE

1. Starzejące się społeczeństwo. Trend demograficzny polegający na trwałej tendencji zmian populacyjnych, zmianie struktury wiekowej mieszkańców wsi i małych miasteczek, wzroście liczebności grupy 65+, wynikających z tego zmian w zakresie potrzeb i wyzwań społecznych. Środowisko społeczne wsi wymaga aktywizacji, podtrzymywania i budowania relacji, przeciwdziałania osamotnieniu i izolacji najstarszych członków społeczności.

2. Depopulacja wsi i miasteczek. Jest trendem demograficznym, który aktualnie i w nadchodzących latach obejmie społeczności wiejskie i małych miast, polega na stopniowym wyludnianiu się obszarów wiejskich. Wynika z czynników ekonomicznych, społecznych i kulturowych. W Europie zachodniej występuje od wielu lat i prowadzi do zaostrzania się negatywnych konsekwencji starzenia się społeczeństwa. Jest konsekwencją równoczesnego procesu urbanizacji. Zapobieganie skutkom depopulacji jest celem przedsięwzięć rewitalizujących i aktywizujących. Występowanie zjawiska depopulacji obszarów wiejskich jest uzasadnieniem działań na rzecz poprawy jakości życia mieszkańców tych terenów.

3. Rozwój usług społecznych (telemedycyna, opieka domowa, usługi mobilne). Wieś jest miejscem, w którym dostępność usług społecznych jest jednym z wyznaczników jakości życia. Z jednej strony nowe technologie ułatwiają wspieranie wiejskich społeczności w podstawowym zakresie usług, z drugiej strony, słaba dostępność sieci i usług komunikacyjnych oraz wykluczenie cyfrowe społeczności może być barierą w ich wykorzystaniu.

4. Wieś jako drugie miejsce zamieszkania. Tereny wiejskie pozostają atrakcyjnym miejscem osiedlania się. Wiejskie tereny pod zabudowę mogą być atrakcyjne pod względem ekonomicznym oraz krajobrazowym. Wieś może się stać czasowym miejscem zamieszkiwania na zmianę z miastem, co może być okazją do łączenia różnych, elastycznych form zatrudnienia, prowadzenia działalności gospodarczej, wykorzystywania sezonowości.

5. Paradygmat lokalności i hiperlokalności. Lokalność rozumiana jako relacje z najbliższym otoczeniem i społecznością są alternatywą globalizacji i jej efektów. W różnych dziedzinach życia lokalność jest traktowana jako atrakcyjna alternatywa masowo produkowanych dóbr, produktów sieciowych pochodzących z dalekowschodniej produkcji. Z lokalnością pozytywnie łączą się również preferencje pokoleniowe, lokalne wyroby i miejsca ich powstawania. Atrakcyjne miejsca położone w najbliższej okolicy są uznawane za warte odwiedzenia, poznawania, rozwoju, wspierania, wykorzystania. Hiperlokalne rozwiązania w zakresie produkcji i sprzedaży żywności, partnerstwa na rzecz gastronomii, współpracy, tworzenia oferty turystycznej i kulturalnej, wyrobów rękodzieła są czynnikami aktywizującym, integrującym i wskazującym nowe możliwości rozwoju. Wsie stają się miejscem rozwoju lokalnej sztuki, teatru, muzyki, powstawania wiejskich scen oraz imprez kulturalnych.

6. Wieś w mediach społecznościowych. Trend odnoszący się do wykorzystania nowych kanałów komunikacji w działaniach na rzecz budowania wizerunku wsi i wiejskich społeczności, budowania relacji społecznościowych, profilowania działań ulokowanych we wsiach i miejscowych społecznościach, budowania relacji z konsumentami, turystami, odbiorcami usług. Media społecznościowe są kanałem komunikacji w zakresie dostępnych i nowo tworzonych usług i ofert. Umożliwiają promocję unikalnych miejsc i rozwiązań, integrację działań, wyszukiwanie nowych grup odbiorców, użytkowników i uczestników przedsięwzięć.

B. TRENDY TECHNOLOGICZNE

1. Konektywizm. Jest megatrendem wynikającym z powstawania świata wielu równoległych połączeń gwarantujących możliwości zaspokajania potrzeb, komunikowania się, wielorakich działań, dla których dostępność rozwiązań sieciowych i obecność w sieci staje się kluczowa. Nasycanie się miast i wsi oraz sukcesywny rozwój infrastruktury komunikacyjnej zrównuje możliwości mieszkańców różnych miejsc. Działania na rzecz rozwoju infrastruktury komunikacyjnej są jednym ze sposobów integracji oraz wyrównywania szans rozwoju.

2. Ekonomia platform (cyfrowa). Ogólnodostępne rozwiązania cyfrowe dają możliwość prowadzenia działalności gospodarczej bez potrzeby inwestowania we własne serwery, strony, sklepy. Otwarte platformy (Allegro, Arbnb, Booking.com, Etsy, Olx) stwarzają możliwość elastycznego działania i budowania własnego biznesu z wykorzystaniem łatwo dostępnych zintegrowanych i funkcjonalnych narzędzi.

3. Manifestacje nowych technologii (AI, AR, MR, ER, VR, automatyzacja, Big Data, Smart Data). Nowe technologie wirtualne, algorytmizacja i automatyzacja są czynnikami rozwoju nowych usług i możliwości działania. Generują nowe doświadczenia użytkowników, pozwalają ograniczać lub eliminować bariery wynikające z odległości, dają możliwość świadomego wybierania, oceny, gromadzenia wielu różnorodnych danych w krótkim czasie, z dużego obszaru i przy znacznie ograniczonych kosztach (np. gromadzenie danych o ruchu turystycznym na podstawie danych z urządzeń użytkowników, zbieranych w miejscach wypoczynku, aktywności).

4. Rolnictwo precyzyjne. Kierunek zmian polegający na wykorzystaniu w rolnictwie szeregu technologii komunikacyjnych oraz Big Data danych gromadzonych dzięki technologiom satelitarnym, czujnikom, chipom, serwisom pogodowym, pozwalających precyzyjnie oceniać zachodzące procesy związane z uprawą roślin i hodowlą zwierząt. Ich efektem są zautomatyzowane rozwiązania ułatwiające nawożenie, nawadnianie, karmienie, pojenie, monitorowanie stanu zdrowia zwierząt. Efektem jest ograniczenie zużycia środków produkcji, optymalizacja procesów produkcji, efektywne zarządzanie transportem, automatyzowanie rutynowych czynności związanych z uprawą i hodowlą.

5. Rolnictwo wspierane technologiami (GMO, uprawy wertykalne, uprawa z wykorzystaniem zamkniętego obiegu wody, laboratoryjna hodowla mięsa, OZE) - kierunek zmian służący stworzeniu rolnictwa zrównoważonego, ograniczającego ślad wodny i węglowy, wykorzystanie środków ochrony roślin, zapewniającego ciągły system wegetacji roślin, wykorzystujący odnawialne źródła energii, sztuczne, energooszczędne oświetlenie.

C. TRENDY ŚRODOWISKOWE

1. Zmiany klimatyczne. Megatrend odnoszący się do szeregu działań o podłożu prawnym, politycznym, społecznym i gospodarczym, którego celem jest przeciwdziałanie negatywnym zmianom klimatycznym wynikającym ze stale ogrzewającej się atmosfery planety. Efektem megatrendu jest podejmowanie i integrowanie działań służących ograniczaniu antropopresji, emisji gazów cieplarnianych, ograniczaniu wykorzystania zasobów. Megatrend ma swoje manifestacje we wszystkich kluczowych dziedzinach działania człowieka. W rolnictwie wpłynie na rozwój technologii i rozwiązań przyjaznych środowisku we wszystkich obszarach działania.

2. Rezyliencja. Trend obejmujący działania służące budowaniu odporność społeczności i miejsc na negatywne skutki zmian klimatu i degradacji środowiska naturalnego, niedostatku wody, przedłużających się okresów suszy, ryzyka pożarów, gwałtownych zjawisk atmosferycznych (nawalnych opadów). Rezyliencja wyraża się w wypracowanych i wdrożonych rozwiązaniach, które pozwalają ograniczać konsekwencje wymienionych zjawisk lub im skutecznie zapobiegać.

3. Ekwioski. Trend polegający na tworzeniu niewielkich lokalnych społeczności, w których systemowo wdraża się rozwiązania przyjazne środowisku naturalnemu i tworzeniu zrównoważonych rozwiązań. Ekwioski są wspierane międzynarodową siecią (<https://ecovillage.org/>) służącą popularyzacji idei, wdrażaniu rozwiązań, ułatwianiu komunikacji, wymiany wiedzy. Są wspierane programami projektowymi UE.

4. Alternatywne systemy żywienia. Trend odnoszący się do działań na rzecz produkcji żywności wolnej od GMO, tworzonej tradycyjnymi metodami (np. permakultury, mikro gospodarstwa). W uprawie, zbiorze i dystrybucji dąży się ograniczenia strat, skrócenia łańcuchów dostaw, wyeliminowania przemysłowych metod uprawy i hodowli, transparentnych i krótkich łańcuchów dostaw. Jednym z czynników rozwoju trendu jest rosnące znaczenie nawyków żywieniowych eliminujących mięso i wyroby pochodzenia zwierzęcego.

5. Dbłość o środowisko. Megatrend odnoszący się do wszystkich aspektów działalności produkcyjnej i usługowej w warunkach wsi. Trend przejawia się w działaniach na rzecz odtwarzania terenów podmokłych, zalesionych, w działaniach na rzecz bioróżnorodności i regeneracji, ograniczania negatywnych skutków uprawy roślin i hodowli zwierząt metodami wieloobszarowymi i przemysłowymi.

6. Rolnictwo zrównoważone. Trend, którego celem jest stworzenie zrównoważonego modelu produkcji żywności, zgodnie z agendą SDG 2030 i modelem neutralności 2050. Trend przejawia się w formach produkcji oraz w działaniach neutralizujących jej środowiskowe skutki. W rolnictwie zrównoważonym odchodzi się od wskaźników ekonomii wzrostu na rzecz eliminowania źródeł i sposobów działania obciążających środowisko naturalne.

7. Transformacja energetyczna. Trend stopniowego przechodzenia na odnawialne źródła energii, stanowiące alternatywę paliw ze źródeł kopalnych i emisyjnych. Celem jest wyeliminowanie węgla, gazu ziemnego i innych źródeł energii, których wykorzystanie obciąża środowisko naturalne. Obszary transformacji odnoszą się do energii słonecznej, wiatru, wody oraz innych rozproszonych źródeł, dostępnych w wyniku wdrażanych technologii wytwarzania/pozyskiwania. Transformacja energetyczna jest wspierana działaniami na rzecz zrównoważonego budownictwa, termomodernizacji, ograniczania zapotrzebowania energetycznego w zakresie ciepła i energii elektrycznej.

8. Wiejskie społeczności na rzecz OZE. Trend, którego przejawami są działania wiejskich społeczności zmierzające do tworzenia i udostępniania lokalnych farm energetycznych (fotowoltaicznych, wiatrowych), zakładania upraw roślin na biopaliwa. Działania mają jednocześnie charakter prośrodowiskowy oraz aktywizują lokalną społeczność, dają nowe zajęcia oraz dodatkowe źródła dochodów.

9. Wielofunkcyjne lasy. Trend przejawiający się w zmianie podejścia do gospodarki leśnej. Przejawia się w równoczesnych działaniach wynikających z przyrodniczych, ekonomicznych, społecznych i kulturowych funkcji lasu. Każda z tych funkcji traktowana jest jako równoprawna i służy ograniczaniu gospodarki leśnej w jej dotychczasowej postaci na rzecz rozwiązań służących wykorzystaniu lasu jako miejsca ochrony przyrody, edukacji, rekreacji i turystyki. Z trendem powiązane są działania na rzecz zwiększania powierzchni zalesionych, odtwarzania terenów podmokłych, retencji wody metodami naturalnymi z wykorzystaniem potencjału terenu.

D. TRENDY EKONOMICZNE

1. Ekonomia cyrkularna. Megatrend obejmujący całą gospodarkę w perspektywie długookresowej w zakresie produkcji dóbr oraz udostępniania usług, polegający na tworzeniu i wdrażaniu kolistych modeli wytwarzania, dystrybucji, możliwie długiego i efektywnego użytkowania, naprawy, współdzielenia zamiast posiadania, recyklingu i wykorzystania jako surowca - „od kołyski do kołyski”. Model 6R - redukcja (*Reduce*), powtórne wykorzystanie (*Reuse*), recykling (*Recycle*), przeprojektowanie (*Redesign*), regeneracja (*Remanufacture*), odzysk (*Recover*) - służy wyeliminowaniu dotychczasowego linearnego sposobu produkcji, użytkowania i eliminowania produktów wyeksploatowanych. Celem jest równoczesne ograniczenie wykorzystania zasobów, wyeliminowanie śmieci oraz dostęp do dóbr umożliwiających racjonalne i równe zaspokajanie potrzeb społeczeństwa.

2. Dywersyfikacja/specjalizacja gospodarki wiejskiej. Trend odnoszący się do różnicowania się sposobów produkcji rolnej, wzroście roli usług, odchodzenia od dominacji monokultur w uprawie roślin oraz hodowli wielkoskalowej. Celem jest ograniczenie negatywnego wpływu na środowisko naturalne wielkoobszarowej produkcji rolnej, promowanie technologii przyjaznych przyrodzie oraz różnicowanie się modeli biznesowych w rolnictwie w kierunku usług, działalności pozarolniczej, nowych ról zawodowych i miejsc pracy.

3. Ekonomia doświadczeń, ekonomia troski. Działania, których celem jest dbałość o własne zdrowie, dobrostan najbliższych. Przejawem są usługi społeczne, zdrowotne, formy aktywizmu społecznego służące dobru społecznemu. Są one alternatywą ekonomii wzrostu, zakładającej, że powodzenie ludzi zależy od wysokiego poziomu konsumpcji, poziomu dochodów i innych wskaźników ekonomicznych.

4. Bezpieczeństwo żywności. Megatrend wynikający z uwarunkowań prawnych i ekonomicznych, polegający na wdrażaniu rozwiązań wymuszających produkcję, dystrybucję, przechowywanie w rygorystycznych warunkach higieny i bezpieczeństwa. Efektem trendu jest nie tylko poprawa bezpieczeństwa higienicznego, lecz również powszechne wykorzystanie chemicznych substancji konserwujących i przedłużających trwałość, masowe stosowanie opakowań z tworzyw sztucznych.

5. Zdalna praca. Trend wynikający z wykorzystania technologii komunikacyjnych i platform umożliwiających wykonywanie zadań zawodowych w miejscu zamieszkania lub innym dowolnym miejscu z dostępem do Internetu. Systemy pracy hybrydowej ograniczają koszty pracy, poprawiają bezpieczeństwo, pozwalają elastycznie działać, ograniczają skutki wykluczenia komunikacyjnego w terenach podmiejskich i wiejskich, stwarzają nowe lub dodatkowe możliwości zatrudnienia.

6. Ekonomia społeczna. Model działalności służący równoczesnemu osiągnięciu celów gospodarczych oraz aktywizowaniu grup wykluczonych społecznie. Efektem trendu są przedsiębiorstwa społeczne, spółdzielnie o charakterze produkcyjnym i usługowym. W warunkach wsi i małych miast spółdzielnie społeczne pozwalają aktywizować lokalne społeczności oraz dają dodatkowo dochody i pozwalają rozwijać się lokalnym społecznościom.

E. Trendy polityczne i organizacyjne

1. Lokalne kooperatywy i partnerstwa. Trend odnoszący się do działań integrujących społeczność wokół zadań i potrzeb społeczności. Celem aktywności może być zwiększanie lokalnego kapitału społecznego, aktywizowanie grup wykluczonych, upowszechnianie współpracy zorientowanej na cele społeczne oraz efekty ekonomiczne i turystyczne. Pozwalają społecznościom budować własne oferty wypoczynku, upowszechniać ideę współdziałania, łączyć kompetencje, wymieniać się doświadczeniami.

2. Zarządzanie partycypacyjne (działania oparte na wspólnotach lokalnych). Trend oddolnego wprowadzania zmian i budowania na ich podstawie konsensusu społecznego. Aktorami i promotorami zmian są lokalne grupy i społeczności, aktywiści organizacji pozarządowych i działacze lokalnego samorządu. Zarządzanie oddolne bazuje na potrzebach lokalnej społeczności, wymaga komunikacji i dialogu społecznego, eksponuje rolę konsensusu w podejmowaniu decyzji i w działaniu.

3. Nowe modele zarządzania i komunikacji. Wynikają z dążenia do lokalnego rozwiązywania problemów i podejmowania wyzwań. Angażują lokalne grupy i mieszkańców, pozwalają rozwiązywać problemy w miejscu ich pojawiania się i przy pomocy środków, wyzwalają lokalną sprawczość i ułatwiają pojawianie się lokalnych liderów zmian. Mają związek z przemianami pokoleniowymi, wspierają lokalne inicjatywy.

4. Transparentność systemu żywnościowego. Kierunek zmian polegający na działaniach ujawniających sposoby produkcji, przechowywania, dystrybucji żywności, spełniane standardy i wymagane ujawnienia. Trend daje pozytywny wpływ w sferze możliwości zbytu produktów, budowania relacji z odbiorcami, poprawiania trwałości zatrudnienia w rolnictwie, zwiększania osiąganych efektów i wyników finansowych.

5. Wiejskie huby. Wieś staje się miejscem integracji działań na rzecz zarówno lokalnej społeczności, jak i turystów. Wiejskie organizacje i stowarzyszenia stają się animatorami i promotorami lokalnych zmian, integrują społeczności wokół wspólnych celów, łączą producentów, rozwijają umiejętności i kompetencje mieszkańców, wspierają powstawanie lokalnych produktów, miejsc wymiany, działań kulturalnych, nowych lokalnych usług i inicjatyw, nowych form aktywności.

F. Wybrane trendy turystyczne

1. Trendy turystyczne. Stanowią uzupełnienie pierwszej części analizy. Ich wybór został dopasowany do charakteru istniejących rozwiązań turystycznych, wcześniejszych oraz aktualnych lokalnych strategii rozwoju służących zwiększaniu potencjału turystycznego gmin i miejscowości obszaru Kanału Elbląskiego.

2. Turystyka wiejska. Jest to odrębny sektor usług turystycznych, obejmujący działalność wybranych gospodarstw oraz społeczności wiejskich, łączący miejscowy potencjał krajobrazu i środowiska naturalnego, historii z nowoczesnymi i atrakcyjnymi usługami. Umożliwia rozwój różnorodnych form aktywności, tworzenie miejsc wypoczynku, lokalnych centrów aktywności, szlaków, ścieżek, atrakcji takich jak wakacje w gospodarstwach, festiwale, wędkowanie, polowania, turystykę pieszą, konną, rowerową, wodną. Rola wiejskiej turystyki znacząco wzrosła podczas oraz po pandemii covid-19, jako formy kojarzonej z wyższym poziomem bezpieczeństwa, dostępnością i atrakcyjnością.

3. Wioski tematyczne. Trend turystyczny polegający na brandingu miejscowości i społeczności oraz tworzeniu spójnej oferty turystycznej bazującej na potencjale lokalnych społeczności, ich preferencjach i umiejętnościach, stwarzających warunki do rozwoju lokalnego dziedzictwa, integrowania społeczności wokół wspólnych celów. Efekty podejmowanych wspólnych działań ułatwiają promocję, docieranie do docelowych grup odbiorców, większe zaangażowanie turystów. Idea wiosek tematycznych bazuje na trendzie storytellingu, czyli tworzenia ofert i usług na bazie spójnej, atrakcyjnej opowieści związanej z miejscem, społecznością lub historycznym motywem¹

4. Turystyka edukacyjna. Środowisko wiejskie jest atrakcyjnym miejscem praktycznej i kreatywnej edukacji. Odpowiednio przygotowana oferta związana z działalnością społeczności wiejskiej (formy produkcji, zasoby i historia miejsca, unikalne umiejętności i obiekty) może znaleźć odbiorców wśród szkół, placówek edukacyjnych, instytucji i stowarzyszeń aktywizujących różne grupy społeczne. Edukacja może przybierać formę warsztatową, terenową (geocaching, questy).

5. Gospodarstwa edukacyjne. Kierunek rozwoju działalności gospodarczej nastawionej na wyspecjalizowane usługi jako kompletną i innowacyjną ofertę turystyczną, dającą zatrudnienie mieszkańcom, stanowiącą część modelu biznesowego działalności pozarolniczej, sprzyjającą budowaniu relacji z instytucjami i stowarzyszeniami edukacyjnymi, otwierająca i aktywizująca lokalną społeczność, zwiększającą atrakcyjność wsi dla społeczności miasta.

6. Turystyka cyrkularna. Model działalności turystycznej, stanowiący ścieżkę rozwoju działalności gospodarczej. Oferta jest tworzona z poszanowaniem wymagań środowiska naturalnego, potrzeb i możliwości lokalnej społeczności, szanowania i oszczędzania zasobów. W zależności od możliwości wdrożenia wymagająca stosowania modelu 6R przy budowaniu oferty, obsłudze turystów, sposobach wykorzystania zasobów oraz ich współdzielenia. Turystyka cyrkularna jest trendem mającym silne wsparcie organizacyjne i finansowe instytucji UE.

7. Turystyka zrównoważona, zielona turystyka. Model działalności turystycznej, w którym dążenie do ochrony środowiska naturalnego, możliwie nieinwazyjnego poznawania jego walorów staje się kluczowym celem tworzonej oferty. Może pełnić funkcje edukacyjne, może też być wyróżnikiem oferty kierowanej do turystów oczekujących doświadczeń związanych z bliskością natury, nieskażonego, pierwotnego środowiska, wolności od sieci, Internetu, nastawionych na cyfrowy detoks, kontemplowanie walorów przyrody, wellbeing. Zielona turystyka jest okazją do tworzenia usług bazujących na naturalnych zasobach miejsca, dostępie do nieskażonego środowiska naturalnego, tworzenia oferty terapii wodą, zapachami, dźwiękami natury i wybranych instrumentów (kąpiele w dźwięku, kąpiele leśne).

8. Turystyka doświadczeń. Wyróżnik turystyki, której odbiorcy oczekują możliwości poznawania i przeżywania autentycznych doświadczeń, poznawania miejsc i społeczności w ich autentycznej formie. W turystyce doświadczeń liczą się regionalne produkty, miejscowe rzemiosło, możliwość angażowania się i uczestniczenia turystów w warsztatach, możliwość

¹ (<https://wioska-tematyczna.pl/>)

samodzielnego wykonywania rzeczy, korzystania z atrakcji miejsca, dostęp do miejsc unikalnych, historycznych, poznawania i przeżywania opowieści miejsca.

9. Turystyka aktywna. Sposób spędzania wolnego czasu, poznawania miejsc, przeżywania doświadczeń połączony z możliwością samodzielnego przemieszczania się pieszo, rowerem, motocyklem, kajakiem, jachtem i innymi środkami transportu. Nieodłączną częścią turystyki aktywnej jest wysiłek, potrzeba pokonywania dystansu, przestrzeni jako część doświadczeń. Rosnąca popularność turystyki aktywnej staje się impulsem do tworzenia lokalnych tras turystycznych, budowania spójnych sieci dróg rowerowych, rewitalizowania starych, nieczynnych szlaków kolejowych. Inwestowania wymaga infrastruktura pozwalająca turystom przemieszczać się, odpoczywać, zaspokajać podstawowe potrzeby. Turystyka aktywna wymaga działań na rzecz uczynienia lokalnych atrakcji, poznania zasobów i miejsc wartych odwiedzenia.

10. Turystyka historyczna. Trwały trend związany z obszarami, miejscami mającymi wartość historyczną i wartymi turystycznego wykorzystania. Turystyka pozwalająca poznawać, odkrywać i przypominać miejsca i ludzi o szczególnym znaczeniu, historyczne wydarzenia, unikalne pamiątki. Jest ofertą atrakcyjną dla świadomych turystów, wybierających miejsca na podstawie posiadanej wiedzy i zainteresowań. Ma potencjał edukacyjny, daje możliwość tworzenia lokalnych partnerstw i kooperacji z grupami rekonstrukcyjnymi, firmami eventowymi, organizowania tematycznych festiwali i innych imprez (inscenizacje bitew, historyczne jarmarki i osady, dawne rzemiosła i wyroby). Turystyka historyczna pozwala wykorzystać do budowania wciągających opowieści i tworzenia z nimi angażujących doświadczeń.

11. Tożsamość i branding miejsc. Trend odnoszący się do szeregu działań nastawionych na tworzenie, popularyzację oraz wykorzystanie rozpoznawalności miejsca i lokalnej społeczności. Branding miejsc jest elementem działań wiosek tematycznych (Aniołowo), przedsięwzięć turystyki historycznej (Grunwald), zielonej turystyki (Kwaśne Jabłko pod Włodowem), turystyki aktywnej (turystyka kajakowa na rzece Krutyni). W trendzie wyraża się świadomość, że miejsce i społeczność jest nośnikiem określonych, rozpoznawalnych wartości i doświadczeń wartych poznania, wykorzystania, powracania. Marką turystyczną mogą być symbole, rzeczy, osoby, miejsca, formy aktywności. Rozpoznawalne marki turystyczne ułatwiają budowanie trwałych relacji z turystami, integrują lokalne społeczności wokół wspólnych celów. Marki nadają miejscom rozpoznawalny i łatwy do zapamiętania charakter, ułatwiają promowanie, inspirują tworzenie i rozwój usług, sprzyjają sieciowaniu miejsc i społeczności wokół celów i zadań, inspirują strategię i plany działania.

12. Turystyka kulinarna i turystyka żywnościowa. Są to dwa pokrewne i trwałe trendy, które w przypadku wiejskich społeczności mają wiele pozytywnych przesłanek ułatwiających rozwój. Turystyka kulinarna bazuje na lokalnych tradycjach kulinarnych, produktach miejscowych i regionalnych, a także wsparciu programów promujących produkty i miejsca ich wytwarzania. Turystyka żywnościowa jest trendem związanym z produkcją na wsi i promocją żywności wysokiej jakości. Może być sposobem promocji regionów, angażuje lokalnych producentów, służy promowaniu unikalnych metod produkcji. Każdy z trendów sprzyja rozwojowi lokalnych usług, promocji producentów i wytwórców, technik.

13. Turystyka dziedzictwa. Popularny trend kulturowy odwołujący się do tożsamości miejsca i lokalności. Wartości związane z dziedzictwem odnoszą się do miejsc, regionów, społeczności i ich kultury. Stanowią łącznik między przeszłością a obecnie żyjącymi ludźmi wybranych obszarów (dziedzictwo Żuław, Mazur, Powiśla) czy wybranych społeczności (Mennonici). Dziedzictwo bywa wyzwaniem dla społeczności, których nie łączy historyczne pokrewieństwo, a jednocześnie stwarza inspirujące możliwości działania (Muzeum Żuławskie)².

² <https://zph.org.pl/>

14. Storytelling w turystyce. Jest trendem polegającym na tworzeniu spójnego przekazu, opowieści o miejscu, ludziach i doświadczeniach. W miejsce faktów i danych opowieść wprowadza emocje, przeżycia, staje się ciekawa, angażująca, zapada w pamięć, jest opowieścią o kimś, o jego losach³. Częścią dobrze skonstruowanych opowieści jest autentyczność, prawdziwość, poczucie więzi z jej bohaterami. W turystyce opowieści stają się narracjami o ludziach, ich losach. Są sposobem pokazywania miejsc, poznawania doświadczeń mieszkańców.

15. Hiperlokalność - trend związany z uznaniem kluczowej roli lokalnego potencjału na poziomie wsi, grupy wiosek, mikroregionu. Kanwą do rozwoju i wspierania hiperlokalności może być produkcja i dystrybucja lokalnej żywności, unikalne usługi gastronomiczne, działania artystyczne, wiejskie aktywizmy, rzemiosło, sztuka. W hiperlokalności wyraża się zarówno uznanie wartości związanych z miejscem życia i pracy, jak również ze społecznością. „Sztuka w obejściu” (Jonkowo, Kawkowo, Godki), Warming⁴, Ekotarg w Jezioranach⁵. Lokalne inicjatywy integrują, sprzyjają wymianie doświadczeń, współpracy i promocji (Warnijski Kunsztynk)⁶.

16. Worcation (workation, pracowakacje) - trend odnoszący się do form pracy i spędzania wolnego czasu, w których ostra granica między jednym a drugim ulega zatarciu. W warunkach pracy zdalnej i hybrydowej, dostępu do sieci możliwe jest wykonywanie zadań zawodowych poza miejscem pracy i zamieszkania. Worcation to hybryda pracy i wypoczynku, pozwalająca na krótsze i dłuższe wypady poza miejsce zamieszkania, z możliwością elastycznego zarządzania czasem wolnym i pracą. Zwolennicy pracowakacji wybierają miejsca pracy i wypoczynku.

3.5. WNIOSKI I REKOMENDACJE

Do **mocnych stron miejscowości** zaliczyć należy istniejące akweny wodne z potencjałem do wykorzystania, liczne zabytki, przebiegające przez miasto trzy trasy rowerowe oraz zorientowanie władz miasta na zrównoważony rozwój. Słabe strony to przede wszystkim niski stopień integracji i aktywizacji społecznej, brak bazy noclegowej i gastronomicznej do obsługi ruchu turystycznego i słabe działania promocyjne oraz niedostatecznie rozwinięta w mieście infrastruktura dla potrzeb integracji społecznej oraz infrastruktura drogowo-sanitarna. Kluczowym **zagrożeniem** dla rozwoju miasta, zgodnie z idea smart jest konkurencja ze strony innych miejscowości oraz niestabilne otoczenie polityczno-prawno-ekonomiczne. Szansą są przede wszystkim: transformacja gospodarki w kierunku OZE, możliwość realizacji projektów inwestycyjnych z środków europejskich oraz obserwowane trendy rynkowe. Do trendów mających największy wpływ na realizację **misji i wizji** Kisielice jako miasta smart zaliczyć należy:

- trendy społeczno-demograficzne: starzejące się społeczeństwo i depopulacja miasta;
- trendy technologiczne: konektywizm i ekonomia cyfrowa;
- trendy środowiskowe: zmiany klimatyczne, rezyliencja, transformacja energetyczna;
- trendy ekonomiczne: ekonomia doświadczeń i ekonomia społeczna oraz zdalna praca;
- trendy polityczne i organizacyjne: lokalne kooperatywy i partnerstwa, zarządzanie partycypacyjne oraz nowe modele zarządzania i komunikacji;
- trendy turystyczne: turystyka kulinarna, turystyka aktywna i turystyka historyczna.

Zdefiniowane problemy, potrzeby i oczekiwania mieszkańców ukierunkowały planowane cele i działania w ramach strategii „smart Kisielice” na budowaniu kapitału społecznego, poprzez zwiększenie aktywizacji i integracji lokalnej społeczności oraz kreowaniu wizerunku miasta turystycznego, zaangażowanego w ochronę środowiska.

³ <https://polska1.pl/>

⁴ <https://www.facebook.com/warmingtubywa>

⁵ <https://www.facebook.com/ekotargjeziorany>

⁶ <https://szlakswietejwarmii.pl/rusza-konkurs-warnijski-kunsztynk/>

4. CZĘŚĆ ROZWOJOWA

4.1. MISJA I WIZJA ROZWOJU SPOŁECZNOŚCI

W odniesieniu do jednostki terytorialnej, w swojej istocie strategia rozwoju jest długofalową koncepcją funkcjonowania miejscowości opartą na realizacji wyznaczonych celów, pełnieniu określonej misji i realizacji wizji. Są to kluczowe elementy zarządzania strategicznego rozwojem, które wyznaczają główne kierunki oraz tempo rozwoju miejscowości i społeczności lokalnej. Elementy te uporządkowane oraz powiązane ze sobą przedmiotowo i czasowo tworzą strukturę strategii rozwoju jednostki terytorialnej.

Rys. 16. Etapy kształtowania strategii



Ukształtowanie wspólnoty lokalnej jest niewątpliwie ceną wartością kapitału intelektualnego. Jej brak skutkuje tym, że trudno jest mówić nie tylko o budowaniu tożsamości jednostki terytorialnej, lecz również o długofalowym rozwoju. Dlatego też szczególną rolę należy przypisać **misji**, eksponującej rolę władz samorządowych w procesie rozwoju kapitału społeczności lokalnej. Władze samorządowe, zgodnie z misją, inicjują i realizują przedsięwzięcia, a także wspierają te podejmowane przez różnych aktorów życia społeczno-gospodarczego, w tym m.in. liderów lokalnych, organizacje pozarządowe, instytucje publiczne, przedsiębiorców, grupy nieformalne mieszkańców. Ponadto władze samorządowe są realizatorem projektów związanych z wypełnianiem zadań własnych, jak też będących efektem uzgodnień i współpracy z innymi jednostkami samorządu terytorialnego. Wszystkie podejmowane inicjatywy w założeniach służą rozwojowi miejscowości, rozpowszechnianiu informacji o jej walorach, ułatwianiu współpracy partnerów lokalnych, a także wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań.

Istotą misji jest określenie docelowego kierunku rozwoju miejscowości oraz identyfikacja nadrzędnych wartości respektowanych i akceptowanych przez społeczność. Misja jest nadrzędnym celem rozwoju miejscowości i stanowi swoiste „motto” oraz jest specyficzną wizytówką dla społeczności lokalnej i gości zewnętrznych. Określenie misji jest pewnego rodzaju oświadczeniem o istocie i zakresie funkcjonowania jednostki. Misja jest „powodem, dla którego istnieje jednostka terytorialna”. Jest ona szeroko zakreśloną definicją podstawowego zakresu jej funkcjonowania.

W świetle powyższego misją Kisielic można wyrazić w następującym stwierdzeniu:

Kisielice to zrównoważone miasto przyjazne mieszkańcami i turystom

Będąc ogólnym, kierunkowym zarysem koncepcji funkcjonowania miasta, sformułowana dla niej **wizja** odpowiada na pytanie „*Kim miejscowość chce być w przyszłości, biorąc pod uwagę kim jest dzisiaj?*” Dlatego też wizja Kisielic powinna być inspirującą perspektywą jej rozwoju oraz koncepcją przyszłości z uwzględnieniem potencjału i wartości. Wyznacza przyszłą, projektowaną pozycję miejscowości, jej miejsce w otoczeniu i domenę funkcjonowania oraz

pozwała ukształtować warunki sprzyjające rozwojowi lokalnej społeczności. Opisuje, gdzie koncepcyjnie zmierza w sensie najogólniejszym i musi ukierunkowywać emocjonalnie. Wizja określa stan docelowy, do którego dążyć będzie społeczność lokalna i wskazuje kierunek podejmowanych działań, wykorzystując przy tym możliwości płynące z własnych atutów i szans pojawiających się w otoczeniu. Musi być inspirująca, aby była efektywna oraz jasna i ambitna. Będzie się ona często zmieniać wraz ze zmianą władz samorządowych, zmianami otoczenia lub wraz z pojawiającymi się wyzwaniami dla zarządzania.

Wyobrażenia mieszkańców na temat przyszłego rozwoju Kisielice koncentrują się wokół kwestii związanych z infrastrukturą turystyczną, ekologią oraz integracją społeczną. W przekonaniu autorów strategii „Smart Village” Kisielice są w stanie poprawić jakości życia mieszkańców, zwiększyć ich integrację i aktywizację społeczną oraz zbudować markę turystyczną na bazie istniejących akwenów i produktów dziedzictwa kulturowego i historycznego. Dlatego też wizja miejscowości jest następująca:

Miejscowość z zachowanymi i kultywowanymi tradycjami lokalnymi, odpowiedzialna środowiskowo, wykorzystująca potencjał kulturowy i turystyczny, zintegrowana wewnętrznie i podejmująca działania do mieszkańców i turystów

4.2. OPIS CELÓW I ZADAŃ KONCEPCJI SMART VILLGE

W kontekście dążenia do osiągnięcia przyjętej wizji i realizacji wizji miasta ważne jest określenie celów i podjęcie działań służących pełnemu wykorzystaniu atutów Kisielice w konfrontacji z szansami rynkowymi. Cele są specyficznymi sformułowaniami oczekiwanych rezultatów w odniesieniu do najważniejszych aspektów funkcjonowania miejscowości. Dobrze określony cel ilościowy posiada następujące cechy:

- obszar realizacji lub poszukiwany atrybut,
- wskaźnik określający postęp w kierunku atrybutu,
- poziom wskaźnika do osiągnięcia lub poprzeczka do pokonania,
- ramy czasowe, w których wskaźnik lub poprzeczka ma być osiągnięta.

Na podstawie analizy SWOT, diagnozy potrzeb mieszkańców, wyznaczonej wizji i misji sformułowano trzy ogólne, jakościowo ujęte cele związane z koncepcją „Smart Village - Kisielice”, będące odpowiedzią na pytania *Do czego dąży cała społeczność? i Jakie cele i wartości są dla niej najważniejsze?* Są one następujące:

1. Zwiększenie atrakcyjności turystycznej miejscowości.
2. Stworzenie lokalnej społeczności o wysokim poziomie aktywności i integracji społecznej.
3. Stworzenie miasta i społeczności przyjaznych środowisku i odpornych na zmiany klimatyczne.

Pierwszy cel odnosi się do turystyki. Odwołując się do ujawniających się trendów rynkowych **tożsamość turystyczna Kisielice** powinna być budowana w odwołaniu do jej wyróżników ekologicznych i form aktywności oraz zasobów kulinarnych i historycznych. Zrównoważona (zielona) turystyka wynikająca z ochrony środowiska naturalnego i użytkowania zasobów wodnych w połączeniu z turystyką aktywną umożliwiającą poznanie walorów Kisielice i regionu stać się może kluczowym celem tworzonej ekologicznej oferty produktowej. Trend zielonej turystyki stanowi szansę na tworzeniu usług bazujących naturalnych zasobach miejsca

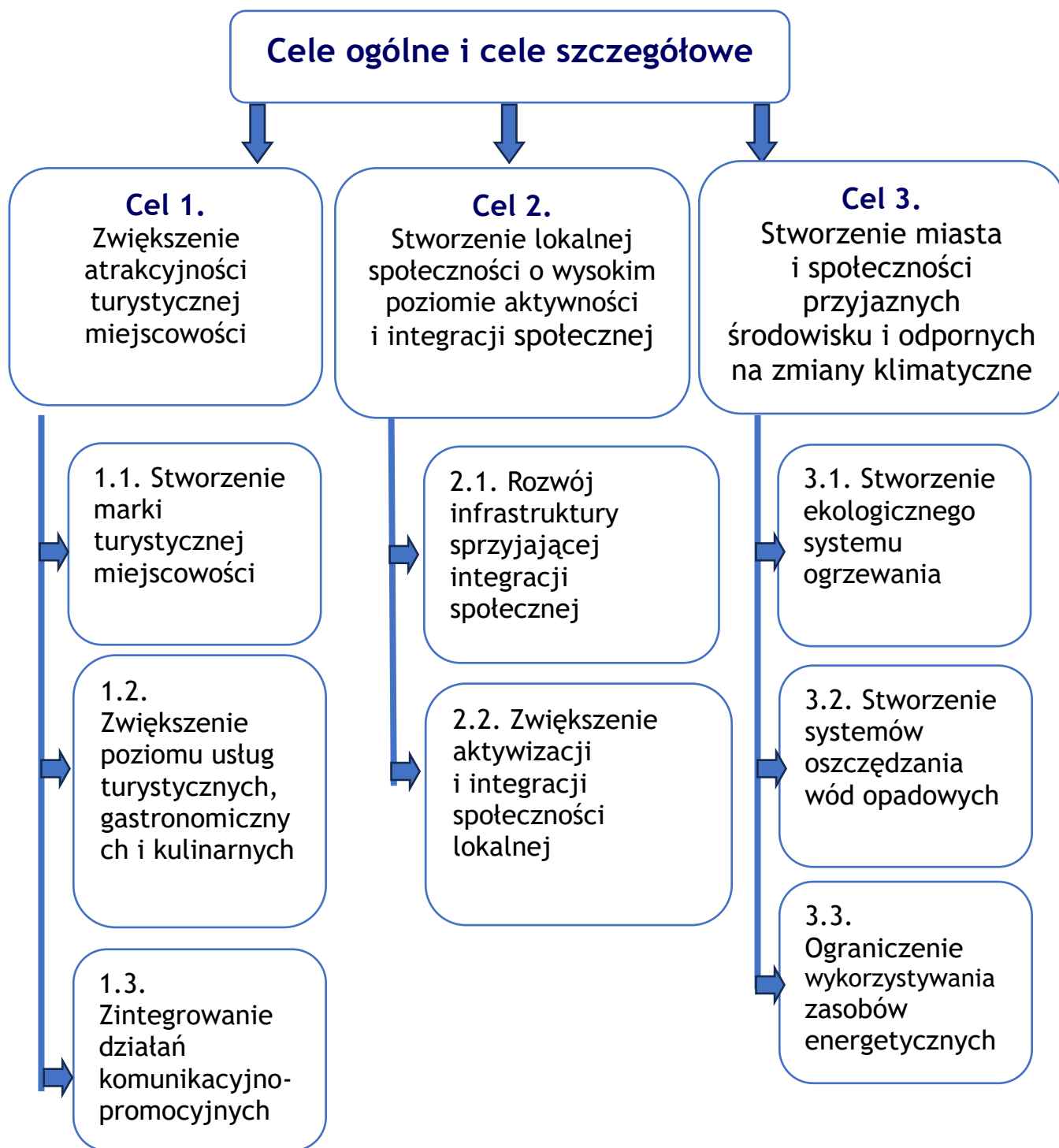
i nieskażonego środowiska naturalnego. Wartość marki Kisielice związana z trendem turystyki aktywnej wynika natomiast z możliwości spędzania wolnego czasu w ekologicznym, czystym środowisku, poznawania miejsc, przeżywania doświadczeń połączony z możliwością samodzielnego przemieszczania się pieszo, rowerem, motocyklem, kajakiem, jachtem i innymi środkami transportu. Kulinarna tożsamość bazować powinna na lokalnych tradycjach kulinarnych i produktach miejscowych wytwarzanych między innymi przez **Koło Gospodyń Wiejskich** czy lokalnych wytwórców oraz promocją żywności wysokiej jakości. Natomiast wartość historyczne związane są z **zabytkami historycznymi miasta** wartymi turystycznego wykorzystania wpisanymi na listę Dziedzictwa Narodowego. Znaczenie turystyki historycznej wynika między innymi z możliwości poznawania, odkrywania i przypominania miejsc i ludzi o szczególnym znaczeniu dla miasta oraz historycznych wydarzeń.

Drugi cel dotyczy budowania **kapitału społecznego**. Miasto inteligentne jakim stać się mają Kisielice charakteryzować się powinno zrównoważonym wzrostem gospodarczym w długim okresie, a także stworzeniem warunków umożliwiających wysoką jakość życia dla swoich mieszkańców. Istotnym jej elementem jest promowanie inwestycji w kapitał ludzki. Smart społeczność odnosi się nie tylko do kwalifikacji i wykształcenia mieszkańców lecz również interakcji społecznych dotyczących integracji i życia publicznego, w tym osób młodych oraz „otwartości” na świat zewnętrzny. Aspekt aktywizacji i integracji lokalnej społeczności można ująć w motcie „Mieszkańcy Mieszkańcom”. Tworzenie i podtrzymywanie dobrych relacji sąsiedzkich należy postrzegać jako fundament harmonijnego życia w mieście. Zaspokojenie tych potrzeb wymaga podjęcia działań ukierunkowanych na szeroko rozumianą integrację społeczną. Istotne jest tworzenie atmosfery zaufania, poczucia bezpieczeństwa, szacunku, przynależności i akceptacji społecznej. Kluczową kwestią jest organizacja regularnych spotkań mieszkańców i wydarzeń integrujących szerokie grono mieszkańców. Przyjazne warunki współżycia społecznego wymagają podejmowania inicjatyw propagujących prospołeczne postawy i kształtujących poczucie odpowiedzialności mieszkańców za jakość życia. Ważne są zatem działania zachęcające do otwartości i budowania kontaktów sąsiedzkich. W celu zapobiegania wykluczeniu integracyjnemu należy dążyć do zapewnienia sprawnego przepływu bieżących informacji.

Trzeci cel związany jest ze **środowiskiem naturalnym i postawami ekologicznymi**. Aspekt ochrony środowiska naturalnego i przeciwdziałanie jego degradacji jest współcześnie jednym z największych wyzwań w obliczu których stoi cały świat, włączenia społeczności lokalnych. Ekorozwiązania jakie mogłyby być podejmowane w Kisielicach powinny służyć budowania odporności miasta i jego społeczności na negatywne skutki zmian klimatu i degradacji środowiska naturalnego, niedostatku wody oraz powodzi i nawałnych opadów. Ważna jest również transformacja energetyczna, w kierunku odnawialnych źródeł energii, wsparta działaniami na rzecz zrównoważonego budownictwa, termomodernizacji oraz ograniczenia zapotrzebowania na ciepło i energię elektryczną.

Powyższym celom odpowiadają określone cele szczegółowe (rys. 17), którym przypisano adekwatne zadania. Zostały one zamieszczone w tabeli 2.

Rys. 17. Cele ogólne i cele szczegółowe strategii smart Kisielice



4.3. OPIS PLANOWANYCH WSKAŹNIKÓW

Tabela 2. Cele, zadania, działania oraz produkty i rezultaty

Cele i zadania	Działanie / Produkt / Rezultat
1. ZWIĘKSZENIE ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ MIEJSCOWOŚCI	
1.1. Stworzenie marki turystycznej miejscowości	
1.1.1. Stworzenie książki identyfikacji wizualnej marki	DZIAŁANIA: - Opracowanie koncepcji i zakresu identyfikacji wizualnej. - Wybór firmy i współpraca z nią w zakresie możliwych do przyjęcia elementów identyfikacji wizualnej. - Wypracowanie wartości, hasła i logotypów książki identyfikacji wizualnej marki Kisielic. - Wdrożenie przyjętych wartości i zasad identyfikacji wizualnej marki Kisielic. PRODUKT: 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; utworzona książka identyfikacji wizualnej marki Kisielic. REZULTAT: 1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci; liczba produktów ze znakiem sieci Smart Village, Kisielic.
1.2. Zwiększenie poziomu usług turystycznych, gastronomicznych i kulinarnych	
1.2.1 Stworzenie wirtualnej bazy miejsc noclegowych w agroturystycznych, hotelowych i prywatnych obiektach oraz ich dodatkowej oferty	DZIAŁANIA: - Inwentaryzacja bazy noclegowej wraz z dodatkowymi ofertami. - Przygotowanie wizualizacji istniejącej oferty turystycznej, gastronomicznej, kulinarnej. - Wybór firmy, która opracuje mapę ofert turystycznych, gastronomicznych, kulinarnych w wersji wirtualnej (mobilnej). PRODUKT: 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; liczba obiektów noclegowych, gastronomicznych, kulinarnych w wirtualnej bazie obiektów turystycznych Kisielic i okolicy. REZULTAT: 1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci; liczba korzystających z obiektów turystycznych wpisanych w wirtualną bazę Kisielic i okolicy.
1.2.2. Organizacja pól namiotowych i miejsc parkingowych wraz z infrastrukturą (np. toalety, prysznice, grille, ławki)	DZIAŁANIA: - Opracowanie koncepcji lokalizacji i zagospodarowania pól namiotowych (biwakowych) i postojowych. - Budowa infrastruktury biwakowej i postojowej wraz z wyposażeniem. - Oznakowanie i promocja utworzonych miejsc turystycznych. PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (liczba ogólnodostępnych publicznych pól namiotowych i miejsc parkingowych). REZULTAT: 1.1.3. Liczba ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (liczba korzystających z miejsc biwakowych i parkingowych w sezonie turystycznym).
1.2.3. Stworzenie muzeum interaktywnego historii Kisielic i wybranych obiektów Kisielic	DZIAŁANIE: - Nawiązanie współpracy eksperckiej z archeologami - Muzeum Archeologiczno-Historyczne w Elblągu. - Stworzenie projektu budowlanego obiektu muzealnego. - Opracowanie koncepcji - zakresu informacji na temat historii Kisielic i obiektów znajdujących się na pobliskim terenie. - Zakup oprogramowania, na bazie którego można będzie prezentować informacje w muzeum. - Opracowanie zasad funkcjonowania muzeum. - Wykonanie tablic i materiałów elektronicznych promujących muzeum. PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (www, MS). REZULTAT: 1.1.3. Liczba ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (liczba odwiedzających muzeum interaktywne historii Kisielic i wybranych obiektów).

Cele i zadania	Działanie / Produkt / Rezultat
1.2.4. Powstanie lokalnego centrum turystyki rowerowej	DZIAŁANIA: - Opracowanie dokumentacji projektowej i wykonawczej dotyczącej centrum rowerowego. - Zabezpieczenie środków (opracowanie wniosku aplikacyjnego). - Wypożyczenie obiektu w niezbędną infrastrukturę, w tym urządzenia i narzędzia do serwisowania. - Uruchomienie, oznakowanie i promocja centrum rowerowego. PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (punkty serwisowe). REZULTAT: 1.1.3. Liczba ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (punktów serwisowych; liczba osób korzystających z lokalnego centrum turystyki rowerowej).
1.2.5. Usieciowienie producentów i dystrybutorów żywności lokalnej (wędliny, domowa produkcja chleba i pierogów oraz nalewek, wyroby cukiernicze, miód i jego przetwory, działkowe owoce miękkie)	DZIAŁANIA: - Przygotowanie zintegrowanej oferty producentów żywności lokalnej. - Umożliwienie producentom lokalnym wykorzystanie elementów identyfikacyjnych marki/marek lokalnych. - Opracowanie koncepcji działań promocyjnych produktów lokalnych, stworzenie i dystrybucja materiałów komunikacyjno-promocyjnych. PRODUKT: 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; liczba producentów i dystrybutorów żywności lokalnej zrzeszonych np. w stowarzyszeniu „PRODUKTY Z KISIELIC”. REZULTAT: 1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci; liczba odwiedzin, gości, turystów, liczba przeszkolonych, liczba uczestników imprez; wolumen sprzedanych produktów lokalnych i dynamika sprzedaży.
1.2.6. Certyfikacja żywności regionalnej	DZIAŁANIE: - Zgłoszenie do Sieci „Dziedzictwo Kulinarne Warmia Mazury”. - Certyfikacja Sieci „Dziedzictwo Kulinarne Warmia Mazury”. - Warsztaty tworzenia pakietu slow food. PRODUKT: 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; liczba wytwórców produktów lokalnych z certyfikatem jakości. 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych (wypromowanych ofert, certyfikowanych produktów w Sieci „DKWM”, liczba miejsc dostępności produktów lokalnych). REZULTAT: 1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci; wielkość sprzedaży produktów lokalnych; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń (poziom produkcji i sprzedaży produktów lokalnych Sieci „Dziedzictwa Kulinarne Warmia Mazury”.
1.2.7. Organizacja stoiska produktów lokalnych i ich sprzedaży internetowej	DZIAŁANIA: - Opracowanie koncepcji i budowa stoiska z produktami lokalnymi. - Opracowanie zasad funkcjonowania stoiska i sprzedaży internetowej. - Przygotowanie materiałów informacyjnych o stoisku. PRODUKT: 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; liczba wytwórców produktów lokalnych korzystających ze stoiska produktów lokalnych na ekoryneczku. REZULTAT: 1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci; liczba osób dokonujących zakupów na lokalnym bioryneczku.
1.2.8. Współ organizacja święto gęsiny (Biskupiec) oraz	DZIAŁANIA: - Powołanie komitetu organizacyjnego sprawującego pieczę nad sprawnością przebiegu wydarzeń i podział ról między jego członkami. - Opracowanie koncepcji i harmonogramu wydarzeń lokalnych.

Cele i zadania	Działanie / Produkt / Rezultat
święta wieprzowiny (Klimy)	3. Przygotowanie i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych na rzecz poszczególnych wydarzeń lokalnych. PRODUKT: 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; liczba podmiotów zainteresowanych tworzeniem święta gęsiny i wieprzowiny; liczba zorganizowanych imprez turystycznych, kulinarnych w roku. REZULTAT: 1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci; liczba rozpowszechnionych materiałów komunikacyjno-promocyjnych; liczba usatysfakcjonowanych odwiedzających Kisielice.
1.2.9. Organizacja warsztatów kulinarnych	DZIAŁANIE: 1. Opracowanie scenariusza warsztatów kulinarnych z mistrzami produktu lokalnego. 2. Stworzenie harmonogramu warsztatów kulinarnych. 3. Rekrutacja uczestników. 4. Wybór osób prowadzących warsztaty. 5. Organizacja warsztatów. PRODUKT: 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; liczba opracowanych przepisów potraw, liczba zorganizowanych warsztatów kulinarnych, liczba zorganizowanych festiwali kulinarnych. REZULTAT: 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; 1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci; liczba odwiedzin, gości, turystów, liczba przeszkolonych, liczba uczestników festiwali).
1.3. Zintegrowanie działań komunikacyjno-promocyjnych	
1.3.1. Opracowanie materiałów komunikacyjno-promocyjnych w formie tradycyjnej i elektronicznej	DZIAŁANIA: 1. Opracowanie materiałów informacyjno-promocyjnych o gminie Kisielice i poszczególnych jej miejscowościach. 2. Wydruk i kolportaż przygotowanych materiałów. 3. Budowa strony internetowej i wypełnienie jej treściami. 4. Stworzenie aplikacji mobilnej. 5. Wybór koordynatora działań promocyjnych. PRODUKT: 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych (sieć Smart Village, produkt lokalny); 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych (liczba opracowań informacyjno-promocyjnych, publikacji, postów). REZULTAT: 1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci (sieć Smart Village, produkt lokalny); 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba opublikowanych informacji w MS, stronach internetowych WWW.
1.3.2. Stworzenie pełnego zestawu informacji turystycznych	DZIAŁANIA: 1. Inwentaryzacja informacji o atrakcjach turystycznych znajdujących się na terenie gminy Kisielice. 2. Stworzenie dokumentacji faktograficznej zidentyfikowanych miejsc. 3. Opracowanie materiałów informacyjno-promocyjnych o gminie Kisielice i poszczególnych jej miejscowościach. 2. Wydruk i kolportaż przygotowanych materiałów. 3. Budowa strony internetowej i wypełnienie jej treściami. 4. Stworzenie aplikacji mobilnej. 5. Wybór koordynatora działań informacyjno-promocyjnych. PRODUKT: 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych (sieci Smart Village, produkt lokalny); 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; liczba opracowań informacyjno-promocyjnych: publikacji, postów). REZULTAT: 1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci (sieci Smart Village, produkt lokalny); 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba opublikowanych informacji w mediach społecznościowych (MS), WWW.

Cele i zadania	Działanie / Produkt / Rezultat
1.3.3. Opracowanie spójnego systemu informacji na trasach turystycznych i w mieście	DZIAŁANIA: 1. Inwentaryzacja informacji o atrakcjach turystycznych położonych wzdłuż tras turystycznych. 2. Stworzenie dokumentacji faktograficznej zidentyfikowanych miejsc. 3. Opracowanie materiałów informacyjno-promocyjnych o przebiegu tras i ciekawych miejscach, które można zobaczyć. 4. Wydruk i kolportaż przygotowanych materiałów. 5. Zamieszczenie informacji na stronie internetowej. 6. Stworzenie aplikacji mobilnej. 7. Wybór koordynatora działań informacyjno-promocyjnych. PRODUKT: 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; udział osób zainteresowanych tworzeniem turystycznej oferty miejscowości; opracowana broszura /ulotka o trasach turystycznych Gminy Kisielice. REZULTAT: 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; odsetek miejsc i udostępnionych informacji w formie oznakowanie kodami QR; liczba osób odwiedzających stronę internetową miejscowości.
1.3.4. Stworzenie harmonogramu imprez odbywających się w mieście i jego rozpowszechnienie na zewnątrz	DZIAŁANIA: 1. Zebranie informacji o możliwych do realizacji imprez. 2. Uzgodnienie z oferentami i organizatorami imprez terminów ich realizacji. 3. Przygotowanie i rozpowszechnianie ogłoszeń o odbywających się imprezach. PRODUKT: 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; stworzony harmonogram imprez, jako efekt szkolenia liderów; 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych (Szlak Kulturowy KE MARKA). REZULTAT: 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; odsetek usatysfakcjonowanych odwiedzających; odsetek osób pozytywnie postrzegających Kisielice, jako efekt szkolenia liderów; 1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci.
1.3.5. Stworzenie strony internetowej miejscowości z aktualizowaną ofertą turystyczną (aktywne uczestnictwo osób młodych we współtworzeniu profilu, aktualizowane profile w mediach społecznościowych)	DZIAŁANIA: 1. Określenie typu strony internetowej. 2. Przygotowanie projektu i zaplanowanie treści, które zostaną zamieszczone na stronie. 3. Wybór domeny. 4. Wybór dostawcy usług hostingowych. 5. Opracowanie koncepcji SEO - optymalizacji pod kątem wyszukiwarek. 6. Zapewnienie dostępności strony. 7. Wybór narzędzi do analityki webowej. PRODUKT: 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; liczba osób młodych aktywne uczestniczących we współtworzeniu strony internetowej miasta, jako efekt szkolenia: kształtowanie świadomości obywatelskiej - MŁODZIEŻ. REZULTAT: 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba osób odwiedzających stronę internetową miejscowości.
1.3.6. Oznakowanie kodami QR interesujących miejsc i udostępnienie informacji w formie elektronicznej	DZIAŁANIA: 1. Inwentaryzacja informacji o atrakcjach turystycznych położonych wzdłuż szlaków rowerowych. 2. Stworzenie tablic informacyjnych. 3. Wygenerowanie kodów QR i ich umieszczenie na wcześniej przygotowanych tablicach informacyjnych. 4. Powiązanie kodów QR ze stroną internetową i aplikacją mobilną. PRODUKT: Liczba miejsc i udostępnionych informacji w formie oznakowanie kodami QR; REZULTAT: Liczba postów, komentarzy, polubieni w mediach społecznościowych.

Cele i zadania	Działanie / Produkt / Rezultat
2. STWORZENIE LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI O WYSOKIM POZIOMIE AKTYWNOŚCI I INTEGRACJI SPOŁECZNEJ	
2.1. Rozwój infrastruktury sprzyjającej integracji społecznej	
2.1.1. Przygotowanie wspólnie z młodzieżą miejsca spotkań dla młodych	DZIAŁANIE: 1. Przeprowadzenie kokreatywnych badań potrzeb i oczekiwań dzieci i młodzieży. 2. Wybór i aranżacja miejsca spotkań. 3. Stworzenie oferty zajęć aktywizujących dzieci i młodzież. 4. Uruchomienie programu wsparcia dzieci i młodzieży PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (miejsce spotkań młodzieży). 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych (dla młodzieży np. z zakresu KULTURA). REZULTAT: 1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (częstotliwość organizacji spotkań integracyjnych). 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń (z zakresu KULTURA i MŁODZIEŻ).
2.1.2. Organizacja przestrzeni dostosowanej do potrzeb seniorów	DZIAŁANIE: 1. Przeprowadzenie kokreatywnych badań potrzeb i oczekiwań seniorów. 2. Wybór i aranżacja miejsca spotkań. 3. Stworzenie oferty zajęć aktywizujących seniorów 4. Uruchomienie programu wsparcia seniorów PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (liczba miejsc spotkań społeczności lokalnej). 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych (dla SENIORÓW z zakresu KULTURA). REZULTAT: 1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury; liczba uczestników spotkań; odsetek osób młodych i seniorów spotykających się w przestrzeni temu dedykowanej; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń.
2.1.3. Stworzenie lokalnego miejsca wypoczynku nad Jeziorem Rakowym wraz z odpowiednią infrastrukturą	DZIAŁANIA: 1. Opracowanie koncepcji utworzenia i zagospodarowania miejsca wypoczynku nad Jeziorem Rakowym. 2. Wyłonienie wykonawcy prac budowlanych i urzędzeniowych. 3. Posadowienie drewnianej infrastruktury wypoczynkowej. 4. Oznakowanie miejsca wypoczynku. PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (utworzone miejsce wypoczynku nad Jeziorem Rakowym). REZULTAT: 1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (liczba osób odpoczywająca nad Jeziorem Rakowym).
2.1.4. Budowa ścieżek pieszych i rowerowych (np. do Ogrodzieńca) wraz z infrastrukturą (np. wiaty, hot spoty, toalety, chodniki przy	DZIAŁANIA: 1. Opracowanie dokumentacji projektowej i wykonawczej. 2. Zabezpieczenie środków (opracowanie wniosku aplikacyjnego). 3. Wykonanie inwestycji i oznakowanie tras turystycznych. 4. Posadowienie drewnianej infrastruktury oraz toalet. 5. Budowa hot spotów. 6. Udostępnienie i promocja powstałych obiektów. PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (10 km drogi rowerowej); kilometry ścieżek pieszych i rowerowych oddanych do użytku. REZULTAT: 1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (drogi rowerowej).

Cele i zadania	Działanie / Produkt / Rezultat
drogach)	
2.1.5. Sieciowanie ścieżek rowerowych	DZIAŁANIA: 1. Opracowanie koncepcji sieciowania ścieżek rowerowych. 2. Oznakowanie miejsca wypoczynku. 3. Promocja ścieżek rowerowych. PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (... km pętli tras rowerowych wokół Kisielic). 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych (SZLAK KKE - ROWER). REZULTAT: 1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (liczba osób korzystających z tras rowerowych wokół Kisielic); 1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci (Szlak KKE - ROWER).
2.1.6. Organizacja miniparku gier/ćwiczeń/siłowni na powietrzu	DZIAŁANIA: 1. Opracowanie koncepcji utworzenia mini parku wraz z siłownią. 2. Zabezpieczenie środków (opracowanie wniosku aplikacyjnego). 3. Wyłonienie wykonawcy prac budowlanych i urządzeniowych. 4. Zakup i posadowienie urządzeń i infrastruktury parku wraz z siłownią. Posadowienie drewnianej infrastruktury wypoczynkowej. 5. Oznakowanie miejsca. PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (minipark/siłownia na świeżym powietrzu). REZULTAT: 1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (miniparku, siłowni na świeżym powietrzu).
2.1.7. Tworzenie stref z otwartym dostępem do Internetu	DZIAŁANIA: 1. Wytyczenie stref otwartego Internetu. 2. Opracowanie wniosku aplikacyjnego. 3. Wyłonienie wykonawcy prac. 4. Zakup i posadowienie urządzeń. 5. Oznakowanie miejsca. PRODUKT: Liczba utworzonych stref z wolnym dostępem do Internetu. REZULTAT: Liczba osób korzystających ze strefy z wolnym dostępem do Internetu.
2.1.8. Stworzenie terenu na cele rekreacyjno-sportowe	DZIAŁANIA: 1. Opracowanie koncepcji utworzenia terenów rekreacyjno-sportowych. 2. Zabezpieczenie środków (opracowanie wniosku aplikacyjnego). 3. Wyłonienie wykonawcy prac budowlanych i urządzeniowych. 4. Zakup i posadowienie urządzeń i infrastruktury sportowo-rekreacyjnej. 5. Oznakowanie miejsca. PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (urządzenia terenu sportowo-rekreacyjnego). REZULTAT: 1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (urządzonego terenu sportowo-rekreacyjnego).
2.2. Zwiększenie aktywności i integracji społeczności lokalnej	
2.2.1. Organizacja między	DZIAŁANIE:

Cele i zadania	Działanie / Produkt / Rezultat
pokoleniowych warsztatów kulinarnych, rękodzielniczych, prelekcji	- Opracowanie scenariusza warsztatów. - Stworzenie kalendarza warsztatów. - Pozyskanie zespołu instruktorów. - Rekrutacja uczestników warsztatów. - Organizacja warsztatów. - Pomiar satysfakcji. PRODUKT: 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; liczba zorganizowanych warsztatów kulinarnych rękodzielniczych, prelekcji. REZULTAT: 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba osób młodych i senioralnych uczestniczących w warsztatach kulinarnych, rękodzielniczych, prelekcjach: kształtowanie świadomości obywatelskiej - MŁODZIEŻ.
2.2.2. Prowadzenie zajęć tematycznych oraz aktywizowanie mieszkańców przez wspólne działania (GOK)	DZIAŁANIA: - Diagnoza potrzeb w zakresie terapii ruchowej i innych jej form. - Wybór miejsca świadczenia usług i terapeutów. - Przygotowanie oferty i harmonogramu zajęć. - Promocja oferty terapeutycznej w formie tradycyjnej i mediach społecznościowych. PRODUKT: 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; liczba zajęć tematycznych. REZULTAT: 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba osób uczestniczących w szkoleniach.
2.2.3. Rower miejski do wspólnego użytku jako wizytówka miasta	DZIAŁANIA: - Opracowanie koncepcji funkcjonowania wypożyczalni rowerów. - Wyznaczenie miejsc wypożyczania rowerów. - Zabezpieczenie środków (opracowanie wniosku aplikacyjnego). - Zakup rowerów. - Udostępnienie i promocja korzystania z roweru miejskiego. PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (10 km drogi rowerowej) REZULTAT: 1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (drogi rowerowej); liczba osób korzystająca z roweru miejskiego.
2.2.4. Organizacja szkoleń w zakresie pisania projektów (wniosków) i pozyskiwania środków na finansowanie projektów	DZIAŁANIA: - Pozyskanie grupy osób prowadzących szkolenia. - Rekrutacja uczestników szkoleń. - Ustalenie zakresu i harmonogramu szkoleń. - Organizacja szkoleń. PRODUKT: 1.3.2. liczba zorganizowanych modułów szkoleniowych (szkoleń w zakresie pisania projektów (wniosków) i pozyskiwania środków na finansowanie projektów. REZULTAT: 1.3.2. liczba osób uczestnicząca w szkoleniach (z zakresu pisania projektów (wniosków) i pozyskiwania środków na finansowanie projektów.
2.2.5. Przeprowadzenie badań potrzeb seniorów i młodzieży i stworzenie propozycji	DZIAŁANIA: - Ustalenie terminów konsultacji i poinformowanie o nich całej społeczności. - Promocja idei konsultacji społecznych. - Wyłonienie grupy inicjatywnej, która zorganizuje spotkania i je poprowadzi. - Przygotowanie kwestionariuszy z pytaniami dotyczącymi potrzeb z zakresu integracji i przeprowadzenie badań ankietowych. - Opracowanie wyników badań - sporządzenie raportu z nich.

Cele i zadania	Działanie / Produkt / Rezultat
tematycznych i zajęć aktywizujących	6. Organizacja spotkań i przedstawienie wyników badań - priorytetowych potrzeb społeczności. 7. Określenie kierunków działań i zadań niezbędnych do realizacji. PRODUKT: 1.3.2. liczba zorganizowanych modułów szkoleniowych; <i>liczba osób uczestniczących w badaniach potrzeb seniorów i młodzieży służących stworzeniu propozycji tematycznych i zajęć aktywizujących.</i> REZULTAT: 1.3.2. liczba osób uczestnicząca w szkoleniach; <i>liczba zrealizowanych zadań wytyczonych w wyniku konsultacji.</i>
2.2.6. Przeprowadzenie szkoleń dla seniorów w zakresie elektronicznej komunikacji oraz podstawowych e-usług	DZIAŁANIA: 1. Identyfikacja potrzeb szkoleniowych. 2. Wybór podmiotu, który przeprowadzi specjalistyczne szkolenia w ustalonym zakresie. 3. Ustalenie harmonogramu, zakresu oraz miejsca, w którym przeprowadzone zostaną szkolenia. 4. Rekrutacja uczestników i organizacja szkoleń. PRODUKT: 1.3.2. liczba zorganizowanych modułów szkoleniowych (<i>liczba przeprowadzonych szkoleń dla seniorów w zakresie elektronicznej komunikacji oraz podstawowych e-usług.</i>) REZULTAT: 1.3.2. liczba osób uczestnicząca w szkoleniach (<i>liczba/odsetek uczestników szkoleń z zakresu komunikacji elektronicznej.</i>)
3. STWORZENIE MIASTA I SPOŁECZNOŚCI PRZYJAZNYCH ŚRODOWISKU I ODPORNYCH NA ZMIANY KLIMATYCZNE	
3.1. Stworzenie ekologicznego systemu ogrzewania	
3.1.1. Instalacja urządzeń grzewczych (pompa ciepła) i zasilających (fotowoltaika)	DZIAŁANIA: 1. Opracowanie koncepcji ekologicznego systemu ogrzewania. 2. Zabezpieczenie środków (opracowanie wniosku aplikacyjnego). 3. Wyłonienie dostawcy urządzeń grzewczych. 4. Montaż urządzeń. PRODUKT: <i>liczba zainstalowanych urządzeń grzewczych w gospodarstwach domowych i instytucjach użyteczności publicznej korzystających z pomp ciepła i fotowoltaiki.</i> REZULTAT: <i>liczba/odsetek ludności korzystająca z zainstalowanych urządzeń grzewczych w gospodarstwach domowych i instytucjach użyteczności publicznej korzystających z pomp ciepła i fotowoltaiki.</i>
3.2. Stworzenie systemów oszczędzania wód opadowych	
3.2.1. Tworzenie w miejscach publicznych małej infrastruktury retencyjnej	DZIAŁANIA: 1. Opracowanie koncepcji budowy miejsc retencyjnych. 2. Zabezpieczenie środków (opracowanie wniosku aplikacyjnego). 3. Wyłonienie wykonawcy miejsc retencyjnych 4. Montaż urządzeń. 5. Oznakowanie powstałych miejsc. PRODUKT: <i>liczba utworzonych zbiorników retencyjnych.</i> REZULTAT: <i>liczba korzystających z utworzonych zbiorników retencyjnych.</i>
3.3. Ograniczenie wykorzystania zasobów energetycznych	
3.3.1. Instalacja instalacji oświetleniowych zasilanych z fotowoltaiki i akumulatorów	DZIAŁANIA: 1. Diagnoza potrzeb społeczności lokalnych w przedmiotowym zakresie. 2. Zebranie ofert dotyczących opracowania koncepcji smartowskich. 3. Wybór oferty i budowa infrastruktury technicznej. PRODUKT: <i>odsetek instalacji oświetleniowych zasilanych z fotowoltaiki i akumulatorów.</i> REZULTAT: <i>zmiana kosztów zużycia energii w obiektach publicznych.</i>

4.4. LISTA PROJEKTÓW - SZACOWANE KOSZTY REALIZACJI I MOŻLIWE ŹRÓDŁA FINANSOWANIA

W poniższej tabeli zestawiono szacunkowe kwoty finansowych na zadania realizowane w ramach celów 1-3 koncepcji Smart Village Kisielice.

Tabela 3. Koszty i źródła finansowania projektów

Lista projektów	Szacowane koszty PLN	Źródła finansowania
CEL 1: ZWIĘKSZENIE ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ MIEJSCOWOŚCI		
Cel 1.1. Stworzenie marki turystycznej miejscowości		
1.1.1. Stworzenie książki identyfikacji wizualnej marki	10 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 8* sieć PwP Smart Village 2024, 8* PwP Produkt Lokalny 2027 2. Narodowy Instytut Wolności Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Netto - Sąsiedzka moc 6. Gmina Kisielice, Fundusz Sotecki, OSP Kisielice
Cel 1.2. Zwiększenie poziomu usług turystycznych, gastronomicznych i kulinarnych		
1.2.1 Stworzenie wirtualnej bazy miejsc noclegowych w agroturystycznych, hotelowych i prywatnych obiektach oraz ich dodatkowej oferty	5 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 8* sieć PwP Smart Village 2024, 8* PwP Produkt Lokalny 2027 2. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 3. Narodowy Instytut Wolności Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 4. Gmina Kisielice, Fundusz Sotecki, OSP KISIELICE
1.2.2. Organizacja pól namiotowych i miejsc parkingowych wraz z infrastrukturą (np. toalety, prysznice, grille, ławki)	500 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 5* OK MIP (mała infrastruktura publiczna) 2024, 2025, 2026 2. Narodowy Instytut Wolności Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 3. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 4. Gmina Kisielice, Fundusz Sotecki, OSP Kisielice
1.2.3. Stworzenie muzeum interaktywnego historii Kisielice i wybranych obiektów Kisielice	800 000	1. PS WPR 2023-2027: 5* OK MIP (mała infrastruktura publiczna) 2024, 2025, 2026 2. Netto - Sąsiedzka moc 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Fundacja LOTTO "Sportowo Kulturalnie Lokalnie"
1.2.4. Powstanie lokalnego centrum turystyki rowerowej	150 000	1. PS WPR 2023-2027: 5* OK MIP (mała infrastruktura publiczna) 2024, 2025, 2026 2. Netto - Sąsiedzka moc 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Gmina Kisielice, Fundusz Sotecki, OSP Kisielice
1.2.5. Usieciowienie producentów i dystrybutorów żywności lokalnej	100 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 8* sieć PwP Smart Village 2024, 8* PwP Produkt Lokalny 2027 2. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Narodowe Centrum Kultury - Kultura - Interwencje 6. Netto - Sąsiedzka moc 7. Gmina Kisielice, Fundusz Sotecki, OSP Kisielice
1.2.6. Certyfikacja żywności regionalnej	5 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 7* PG KŚO (kształtowanie świadomości obywatelskiej KULTURA) 2026; 8* sieć PwP Smart Village 2024, PwP Produkt Lokalny 2027 2. Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska - Program Moja Woda 3. Fundacja Banku Ochrony Środowiska - Zielona Ławeczka 4. Fundacja Orlen 5. Samorządowe i rządowe środki budżetowe

Lista projektów	Szacowane koszty PLN	Źródła finansowania
1.2.7. Organizacja stoiska produktów lokalnych i ich sprzedaży internetowej	100 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 8* sieć PwP Smart Village 2024, 8* PwP Produkt Lokalny 2027 2. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 3. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
1.2.8. Współ organizacja święto gęsiny (Biskupiec) oraz święta wieprzowiny (Klimy)	20 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 7* PG KŚO (kształtowanie świadomości obywatelskiej KULTURA) 2026; 8* sieć PwP Smart Village 2024, 8* PwP Produkt Lokalny 2027 2. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 3. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
1.2.9. Organizacja warsztatów kulinarnych	100 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 7* PG KŚO (kształtowanie świadomości obywatelskiej KULTURA) 2026; 8* sieć PwP Smart Village 2024, 8* PwP Produkt Lokalny 2027 2. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Narodowe Centrum Kultur - Kultura - Interwencje 6. Netto - Sąsiedzka moc 7. Fundacja PZU z Kulturą 8. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
Cel 1.3. Zintegrowanie działań komunikacyjno-promocyjnych		
1.3.1. Opracowanie materiałów komunikacyjno-promocyjnych w formie tradycyjnej i elektronicznej	30 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 7* PG KŚO (kształtowanie świadomości obywatelskiej MŁODZIEŻ) 2027; 8* sieć PwP Smart Village 2024, 8* PwP Produkt Lokalny 2027 2. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 3. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 4. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
1.3.2. Stworzenie pełnego zestawu informacji turystycznych	30 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 7* PG KŚO (kształtowanie świadomości obywatelskiej MŁODZIEŻ) 2027; 8* sieć PwP Smart Village 2024, 8* PwP Produkt Lokalny 2027 2. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 3. Narodowy Instytut Wolności Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 4. Gmina Kisielice
1.3.3. Opracowanie spójnego systemu informacji na szlakach rowerowych i w mieście	35 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 7* PG KŚO (kształtowanie świadomości obywatelskiej MŁODZIEŻ) 2027; 2. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 3. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 4. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
1.3.4. Stworzenie harmonogramu imprez odbywających się w mieście i jego rozpowszechnienie na zewnątrz	2 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 6* OW KŚO (kształtowanie świadomości obywatelskiej AKADEMIA LIDERA) 2024; 7* PG Szlak KKE MARKA 2024; 9* MPP sieć Szlak KKE 2025 2. Narodowy Instytut Wolności Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Ministerstwo cyfryzacji - Cyfrowe Kluby Seniora 6. Netto - Sąsiedzka moc 7. Fundacja Santander Bank Polska BANK MŁODYCH MISTRZÓW SPORTU 8. Fundacja ORLEN - Moje miejsce na ziemi 9. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
1.3.5. Stworzenie strony internetowej miejscowości z aktualizowaną ofertą turystyczną (aktywne)	30 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 7* PG KŚO (kształtowanie świadomości obywatelskiej MŁODZIEŻ) 2027 2. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe

Lista projektów	Szacowane koszty PLN	Źródła finansowania
uczestnictwo osób młodych we współtworzeniu profilu, aktualizowane profile w mediach społecznościowych)		3. Narodowy Instytut Wolności Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 4. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
1.3.6. Oznakowanie kodami QR interesujących miejsc i udostępnienie informacji w formie elektronicznej	15 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 7* PG KŚO (kształtowanie świadomości obywatelskiej MŁODZIEŻ) 2027 2. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 3. Narodowy Instytut Wolności Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 4. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
CEL 2: STWORZENIE LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI O WYSOKIM POZIOMIE AKTYWNOŚCI I INTEGRACJI SPOŁECZNEJ		
Cel 2.1. Rozwój infrastruktury sprzyjającej integracji społecznej		
2.1.1. Przygotowanie wspólnie z młodzieżą miejsca spotkań dla młodych	150 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 5* OK MIP (mała infrastruktura publiczna) 2024, 2025, 2026; 6* OW LGD KŚO (Kształtowanie Świadomości Obywatelskiej AKADEMIA LIDERA)2024; 7* PG KŚO (Kształtowanie Świadomości Obywatelskiej - KULTURA 2026, MŁODZIEŻ 2028. 1. Narodowy Instytut Wolności NOWE FIO 2. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 3. Ministerstwo cyfryzacji - Cyfrowe Kluby Seniora 4. Netto - Sąsiedzka moc 5. Fundacja Santander Bank Polska - BANK MŁODYCH MISTRZÓW SPORTU 6. Fundacja ORLEN - Moje miejsce na ziemi 7. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
2.1.2. Organizacja przestrzeni dostosowanej do potrzeb seniorów	200 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 5* OK MIP (mała infrastruktura publiczna) 2024, 2025, 2026; 6* OW LGD KŚO (Kształtowanie Świadomości Obywatelskiej AKADEMIA LIDERA) 2024; 7* PG KŚO (Kształtowanie Świadomości Obywatelskiej KULTURA) 2026. 2. Narodowy Instytut Wolności - NOWE FIO 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Ministerstwo cyfryzacji - Cyfrowe Kluby Seniora 6. Netto - Sąsiedzka moc 7. Fundacja Santander Bank Polska - BANK MŁODYCH MISTRZÓW SPORTU 8. Fundacja ORLEN - Moje miejsce na ziemi 9. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
2.1.3. Stworzenie lokalnego miejsca wypoczynku nad Jeziorem Rakowym wraz z odpowiednią infrastrukturą	250 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 5* OK MIP (mała infrastruktura publiczna) 2024, 2025, 2026; 2. Narodowy Instytut Wolności - NOWE FIO 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Ministerstwo Cyfryzacji - Cyfrowe Kluby Seniora 6. Netto - Sąsiedzka moc 7. Fundacja Santander Bank Polska - BANK MŁODYCH MISTRZÓW SPORTU 8. Fundacja ORLEN - Moje miejsce na ziemi 9. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
2.1.4. Budowa ścieżek i pieszych i rowerowych (np. do Ogrodzieńca) wraz z	500 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 5* OK MIP (mała infrastruktura publiczna) 2024, 2025, 2026; 2. Narodowy Instytut Wolności - NOWE FIO 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne,

Lista projektów	Szacowane koszty PLN	Źródła finansowania
infrastrukturą		powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Ministerstwo Cyfryzacji - Cyfrowe Kluby Seniora 6. Netto - Sąsiedzka moc 7. Fundacja Santander Bank Polska - BANK MŁODYCH MISTRZÓW SPORTU 8. Fundacja ORLEN - Moje miejsce na ziemi 9. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
2.1.5. Sieciowanie ścieżek rowerowych	210 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 5* OK MIP (mała infrastruktura publiczna) 2024, 2025, 2026; 6* OW KE LGD (sieć Szlak Kulturowy KE ROWER) 2026 2. Narodowy Instytut Wolności - NOWE FIO 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Ministerstwo Cyfryzacji - Cyfrowe Kluby Seniora 6. Netto - Sąsiedzka moc 7. Fundacja Santander Bank Polska - BANK MŁODYCH MISTRZÓW SPORTU 8. Fundacja ORLEN - Moje miejsce na ziemi 9. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
2.1.6. Organizacja miniparku gier/ćwiczeń/siłowni na powietrzu	300 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 5* OK MIP (mała infrastruktura publiczna) 2024, 2025, 2026; 2. Narodowy Instytut Wolności - NOWE FIO 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Ministerstwo Cyfryzacji - Cyfrowe Kluby Seniora 6. Netto - Sąsiedzka moc 7. Fundacja Santander Bank Polska - BANK MŁODYCH MISTRZÓW SPORTU 8. Fundacja ORLEN - Moje miejsce na ziemi 9. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
2.1.7. Tworzenie stref z otwartym dostępem do Internetu	20 000	1. Narodowy Instytut Wolności - NOWE FIO 2. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Ministerstwo Cyfryzacji - Cyfrowe Kluby Seniora 5. Netto - Sąsiedzka moc 6. Fundacja Santander Bank Polska - BANK MŁODYCH MISTRZÓW SPORTU 7. Fundacja ORLEN - Moje miejsce na ziemi 8. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
2.1.8. Stworzenie terenu na cele rekreacyjno-sportowe	450 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 5* OK MIP (mała infrastruktura publiczna) 2024, 2025, 2026; 2. Narodowy Instytut Wolności - NOWE FIO 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Ministerstwo Cyfryzacji - Cyfrowe Kluby Seniora 6. Netto - Sąsiedzka moc 7. Fundacja Santander Bank Polska - BANK MŁODYCH MISTRZÓW SPORTU 8. Fundacja ORLEN - Moje miejsce na ziemi 9. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
2.2. Zwiększenie aktywizacji i integracji społeczności lokalnej		
2.2.1. Organizacja między pokoleniowych warsztatów kulinarnych, rękodzielniczych, prelekcji	100 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 7* PG KŚO (Kształtowanie Świadomości Obywatelskiej KULTURA) 2026 2. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne,

Lista projektów	Szacowane koszty PLN	Źródła finansowania
		powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Narodowe Centrum Kultury - Kultura - Interwencje 6. Netto - Sąsiedzka moc 7. Fundacja PZU z Kulturą 8. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
2.2.2. Prowadzenie zajęć tematycznych oraz aktywizowanie mieszkańców przez wspólne działania (GOK)	150 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 7* PG KŚO (Kształtowanie Świadomości Obywatelskiej KULTURA) 2026 2. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Narodowe Centrum Kultury - Kultura - Interwencje 6. Netto - Sąsiedzka moc 7. Fundacja PZU z Kulturą 8. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
2.2.3. Rower miejski do wspólnego użytku jako wizytówka miasta	100 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 5* OK MIP (mała infrastruktura publiczna) 2024, 2025, 2026; 2. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Narodowe Centrum Kultury - Kultura - Interwencje 6. Netto - Sąsiedzka moc 7. Fundacja PZU z Kulturą 8. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
2.2.4. Organizacja szkoleń w zakresie pisania projektów (wniosków) i pozyskiwania środków na finansowanie projektów	30 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 6* OW LGD KŚO (Kształtowanie Świadomości Obywatelskiej AKADEMIA LIDERA) 2024 2. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Narodowe Centrum Kultury - Kultura - Interwencje 6. Netto - Sąsiedzka moc 7. Fundacja PZU z Kulturą 8. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
2.2.5. Przeprowadzenie badań potrzeb seniorów i młodzieży i stworzenie propozycji tematycznych i zajęć aktywizujących	120 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 6* OW LGD KŚO (Kształtowanie Świadomości Obywatelskiej AKADEMIA LIDERA) 2024 2. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Narodowe Centrum Kultury - Kultura - Interwencje 6. Netto - Sąsiedzka moc 7. Fundacja PZU z Kulturą 8. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
2.2.6. Przeprowadzenie szkoleń dla seniorów w zakresie elektronicznej komunikacji oraz podstawowych e-usług	30 000	1. 1* PS WPR 2023-2027: 7* PG KŚO (Kształtowanie Świadomości Obywatelskiej KULTURA) 2026 1. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 2. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 3. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 4. Narodowe Centrum Kultury - Kultura - Interwencje 5. Netto - Sąsiedzka moc 6. Fundacja PZU z Kulturą 7. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
3. STWORZENIE MIASTA I SPOŁECZNOŚCI PRZYJAZNYCH ŚRODOWISKU I ODPORNĄ NA ZMIANY KLIMATYCZNE		
3.1. Stworzenie ekologicznego systemu ogrzewania		

Lista projektów	Szacowane koszty PLN	Źródła finansowania
3.1.1. Instalacja urządzeń grzewczych (pompa ciepła) i zasilających (fotowoltaika)	700 000	1. 1* PS WPR 2023-2027 2. Netto - Sąsiedzka moc 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Fundacja LOTTO "Sportowo Kulturalnie Lokalnie" 5. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
3.2. Stworzenie systemów oszczędzania wód opadowych		
3.2.1. Tworzenie w miejscach publicznych małej infrastruktury retencyjnej	1 000 000	1. 1* PS WPR 2023-2027 2. Netto - Sąsiedzka moc 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Fundacja LOTTO "Sportowo Kulturalnie Lokalnie" 5. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
3.3. Ograniczenie wykorzystywania zasobów energetycznych		
3.3.1. Instalacja instalacji oświetleniowych zasilanych z fotowoltaiki i akumulatorów	700 000	1. 1* PS WPR 2023-2027 2. Netto - Sąsiedzka moc 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie, krajowe 4. Fundacja LOTTO "Sportowo Kulturalnie Lokalnie" 5. Gmina Kisielice, Fundusz Sołecki, OSP Kisielice
RAZEM	6 942 000	

Źródło: opracowanie własne

- 1* - PS WPR - Plan Strategiczny dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-2027 (PS WPR 2023-2027)
- 2* - Fundusze Europejskie dla Warmii i Mazur 2023-2027 w ramach PROJEKTÓW STRATEGICZNYCH Strategii Rozwoju Krainy Kanatu Elbląskiego na lata 2023-2030 (FE WiM PS);
- 3* - Fundusze Europejskie dla Warmii i Mazur 2023-2027 w ramach OŚRODKA WSPIERANIA EKONOMII SPOŁECZNEJ na lata 2023-2030 (FE WiM OWES); Strategii Rozwoju Krainy Kanatu Elbląskiego, Projekt Strategiczny Canal Velo (FEWiM PS CV);
- 4* - LSR OW KE - Lokalna Strategia Rozwoju Obszarów Wiejskich Kanatu Elbląskiego 2023-2029;
- 5* - OK - OPERACJA KLASYCZNA w ramach LSR OW KE 2023-2029 (OK PDG - podejmowanie działalności gospodarczej 2024, 2025, 2026; OK RDG - rozwijanie działalności gospodarczej 2024, 2025, 2026; OK MIP - mała infrastruktura publiczna 2024, 2025, 2026);
- 6* - OW LGD - OPERACJA WŁASNA LGD w ramach LSR OW KE 2023-2029 (OW KE LGD PL - sieć wytwórców produktów lokalnych 2024, OW KE LGD KŚO - kształtowanie świadomości obywatelskiej ŻEGLUGA 2025, OW KE LGD KŚO - AKADEMIA LIDERA 2024, OW KE LGD SzKKE - ROWER - sieć Szlak Kulturowy KE 2026);
- 7* - PG - PROJEKT GRANTOWY w ramach LSR OW KE 2023-2029 (PG - PPP przygotowanie projektu partnerskiego SzKKE 2024 Szwecja), WT KKE 2025, Koncepcje SV 2026; kształtowanie świadomości obywatelskiej KULTURA 2026, ŚRODOWISKO 2027, MŁODZIEŻ 2028);
- 8* - PwP - PROJEKT w PARTNERSTWIE w ramach LSR OW KE 2023-2029 (PwP EM - sieć Ekomuzeum KKE 2024; PwP SV - sieć SV 2024, PwP PL - sieć wytwórców produktów lokalnych 2027);
- 9* - RPP - REGIONALNY PROJEKT PARTNERSKI w ramach w ramach LSR OW KE 2023-2029 (sieć szlaków kulturowych - marka, 2025);
- 10* - MPP - Międzynarodowy projekt Partnerski w ramach LSR OW KE 2023-2029 (MPP - WT KKE 2026)

4.5. HARMONOGRAM REALIZACJI ZADAŃ

CEL/ZADANIE	2024		2025		2026		2027		2028		2029	
	I półr.	II półr.	I półr.	II półr.	I półr.	II półr.	I półr.	II półr.	I półr.	II półr.	I półr.	II półr.
1.1. STWORZENIE MARKI TURYSTYCZNEJ MIEJSCOWOŚCI												
1.1.1. Stworzenie księgi identyfikacji wizualnej marki	X	X						X				
1.2. ZWIĘKSZENIE POZIOMU USŁUG TURYSTYCZNYCH, GASTRONOMICZNYCH I KULINARNYCH												
1.2.1 Stworzenie wirtualnej bazy miejsc noclegowych w agroturystycznych, hotelowych i prywatnych	X	X						X				
1.2.2. Organizacja pól namiotowych i miejsc parkingowych wraz z infrastrukturą	X	X										
1.2.3. Stworzenie muzeum interaktywnego historii Kisielice i wybranych obiektów Kisielice	X	X	X	X		X						
1.2.4. Powstanie lokalnego centrum turystyki rowerowej		X		X		X						
1.2.5. Usieciowienie producentów i dystrybutorów żywności lokalnej	X	X	X	X								
1.2.6. Certyfikacja żywności regionalnej	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.2.7. Organizacja stoiska produktów lokalnych i ich sprzedaży internetowej	X	X						X				
1.2.8. Współ organizacja święto gęsiny (Biskupiec) oraz święta wieprzowiny (Klimy)		X		X		X		X		X		X
1.2.9. Organizacja warsztatów kulinarnych	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.3. ZINTEGROWANIE DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNO- PROMOCYJNYCH												
1.3.1. Opracowanie materiałów komunikacyjno-promocyjnych w formie tradycyjnej i elektronicznej	X	X						XX				
1.3.2. Stworzenie pełnego zestawu informacji turystycznych	X							XX				
1.3.3. Opracowanie spójnego systemu informacji na trasach turystycznych i w mieście	X	X						X				
1.3.4. Stworzenie harmonogramu imprez odbywających się w mieście i jego rozpowszechnienie	X	XX	X	X	X		X		X		X	
1.3.5. Stworzenie strony internetowej miejscowości z aktualizowaną ofertą turystyczną	X							X				
1.3.6. Oznakowanie kodami QR interesujących miejsc i udostępnienie informacji w formie elektronicznej	X	X										
2.1. ROZWÓJ INFRASTRUKTURY SPRZYJAJĄCEJ INTEGRACJI SPOŁECZNEJ												
2.1.1. Przygotowanie wspólnie z młodzieżą miejsca spotkań dla młodych	X	XX		X		XX				X		
2.1.2. Organizacja przestrzeni dostosowanej do potrzeb seniorów	X	XX	X	X		XX						
2.1.3. Stworzenie lokalnego miejsca wypoczynku nad jez. Rakowym wraz z odpowiednią infrastrukturą		X		X		X						
2.1.4. Budowa ścieżek i pieszych i rowerowych (np. do Ogrodzieńca) wraz z infrastrukturą (np. wiaty, hot	X	X	X	X		X						
2.1.5. Sieciowanie ścieżek rowerowych		X	X	X		XX						
2.1.6. Organizacja miniparku gier/ćwiczeń/ siłowni na powietrzu		X	X	X		X						
2.1.7. Tworzenie stref z otwartym dostępem do Internetu	X	X										
2.1.8. Stworzenie terenu na cele rekreacyjno-sportowe		X	X	X	X	X						
2.2. ZWIĘKSZENIE AKTYWIZACJI I INTEGRACJI SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ												
2.2.1. Organizacja między pokoleniowych warsztatów kulinarnych, rękodzielniczych, prelekcji	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.2.2. Prowadzenie zajęć tematycznych oraz aktywizowanie mieszkańców przez wspólne działania (GOK)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.2.3. Rower miejski do wspólnego użytku jako wizytówka miasta	X	X		X		X						
2.2.4. Organizacja szkoleń w zakresie pisania projektów (wniosków) i pozyskiwania środków na finan...	X	X	X	X	X	X						
2.2.5. Przeprowadzenie badań potrzeb seniorów i młodzieży i stworzenie propozycji tematycznych i zajęć	X	X										
2.2.6. Przeprowadzenie szkoleń dla seniorów w zakresie elektronicznej komunikacji oraz podstawowych ...		X	X			X						
3.1. STWORZENIE EKOLOGICZNEGO SYSTEMU OGRZEWANIA												
3.1.1. Instalacja urządzeń grzewczych (pompa ciepła) i zasilających (fotowoltaika)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3.2. STWORZENIE SYSTEMÓW OSZCZĘDZANIA WÓD OPADOWYCH												
3.2.1. Tworzenie w miejscach publicznych małej infrastruktury retencyjnej	X	X	X	X								
3.3. OGRANICZENIE WYKORZYSTANIA ZASOBÓW ENERGETYCZNYCH												
3.2.2. Instalacja instalacji oświetleniowych zasilanych z fotowoltaiki i akumulatorów	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

4.6. PLAN WŁĄCZENIA SPOŁECZNOŚCI W REALIZACJĘ OPRACOWANEJ KONCEPCJI

Wdrażanie koncepcji Smart Village powinno mieć charakter oddolny. Skuteczność realizacji poszczególnych zadań zależy zatem od inicjatywy i zaangażowania mieszkańców, a także współpracy z podmiotami i instytucjami publicznymi. Do kluczowych interesariuszy i partnerów mieszkańcy zaliczyli:

- władze gminne i powiatowe,
- marszałka województwa warmińsko-mazurskiego,
- Lokalną Grupę Działania,
- Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej,
- OSP KISCEL 3: STWORZENIE MIEJSC I SPOŁ. icelice,
- Koło Gospodyń Wiejskich,
- instytucje świadczące usługi promocyjno-komunikacyjne,
- banki i instytucje finansowe,
- media lokalne i regionalne (radio, prasa, TV).
- Mieszkańcy zostaną włączeni w realizację zadań poprzez aktywny udział w tworzeniu i realizacji koncepcji funkcjonowania Kisielice zgodnie z ideą smart rozwoju w obszarze integracji społecznej, ekologii oraz turystyki. Partycypacja mieszkańców będzie się przejawiać w udziale osób zainteresowanych podnoszeniem jakości życia w mieście i tworzeniem turystycznej oferty miejscowości oraz udziałem mieszkańców, w tym w szczególności ludzi młodych i seniorów oraz lokalnych przedsiębiorców i aktywistów, w działaniach związanych z realizacją poszczególnych zadań składających się na realizację celów szczegółowych.

L.p.	Zadania	Uczestnicy/Adresaci
1.	ZWIĘKSZENIE ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ MIEJSCOWOŚCI	
1.1.	STWORZENIE MARKI TURYSTYCZNEJ MIEJSCOWOŚCI	
1.1.1.	Stworzenie książki identyfikacji wizualnej marki	Liderzy lokalni, KELGD*, mieszkańcy, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne
1.2.	ZWIĘKSZENIE POZIOMU USŁUG TURYSTYCZNYCH, GASTRONOMICZNYCH I KULINARNYCH	
1.2.1.	Stworzenie wirtualnej bazy miejsc noclegowych w agroturystycznych, hotelowych i prywatnych obiektach oraz ich dodatkowej oferty	Liderzy lokalni, KE LGD*, mieszkańcy, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne
1.2.2.	Organizacja pól namiotowych i miejsc parkingowych wraz z infrastrukturą	Urząd Gminy, mieszkańcy, rady sołeckie, KELGD*, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne, turyści i odwiedzający, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**
1.2.3.	Stworzenie muzeum interaktywnego historii Kisielice i wybranych obiektów Kisielice	Urząd Gminy, mieszkańcy, KELGD*, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne, turyści i odwiedzający, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**
1.2.4.	Powstanie lokalnego centrum turystyki rowerowej	Urząd Gminy, mieszkańcy, KELGD*, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne, turyści i odwiedzający, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**
1.2.5.	Usieciowienie producentów i dystrybutorów żywności lokalnej	Urząd Gminy, mieszkańcy, rady sołeckie, KELGD*, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne, turyści i odwiedzający, lokalne stowarzyszenia, KGW***, ZGiPKEiPI**
1.2.6.	Certyfikacja żywności regionalnej	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, KGW***, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe
1.2.7.	Organizacja stoiska produktów lokalnych i ich sprzedaży internetowej	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe
1.2.8.	Współ organizacja święta gęsiny (Biskupiec) oraz święta wieprzowiny (Klimy)	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, KGW***, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe
1.2.9.	Organizacja warsztatów kulinarnych	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, KGW*** ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe
1.3.	ZINTEGROWANIE DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNO-PROMOCYJNYCH	
1.3.1.	Opracowanie materiałów komunikacyjno-promocyjnych w formie tradycyjnej i elektronicznej	Liderzy lokalni, KELGD*, mieszkańcy, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne

1.3.2.	Stworzenie pełnego zestawu informacji turystycznych	Liderzy lokalni, KELGD*, mieszkańcy, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne
1.3.3.	Opracowanie spójnego systemu informacji na szlakach rowerowych i w mieście	Liderzy lokalni, KELGD*, mieszkańcy, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne
1.3.4.	Stworzenie harmonogramu imprez odbywających się w mieście i jego rozpowszechnienie na zewnątrz	Liderzy lokalni, KELGD*, mieszkańcy, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne
1.3.5.	Stworzenie strony internetowej miejscowości z aktualizowaną ofertą turystyczną (aktywne uczestnictwo osób młodych we współtworzeniu profilu, aktualizowane profile w mediach społecznościowych)	Liderzy lokalni, KELGD*, mieszkańcy, firmy informatyczne, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne
1.3.6.	Oznakowanie kodami QR interesujących miejsc i udostępnienie informacji w formie elektronicznej	Liderzy lokalni, KELGD*, mieszkańcy, firmy informatyczne, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne
2.	STWORZENIE LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI O WYSOKIM POZIOMIE AKTYWNOŚCI I INTEGRACJI SPOŁECZNEJ	
2.1.	ROZWÓJ INFRASTRUKTURY SPRZYJAJĄCEJ INTEGRACJI SPOŁECZNEJ	
2.1.1.	Przygotowanie wspólnie z młodzieżą miejsca spotkań dla młodych	Mieszkańcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**
2.1.2.	Organizacja przestrzeni dostosowanej do potrzeb seniorów	Mieszkańcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**
2.1.3.	Stworzenie lokalnego miejsca wypoczynku nad Jeziorem Rakowym wraz z odpowiednią infrastrukturą	Mieszkańcy, LGD, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**
2.1.4.	Budowa ścieżek i pieszych i rowerowych (np. do Ogrodzieńca) wraz z infrastrukturą (np. wiaty, hot spoty, toalety, chodniki przy drogach)	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI*, agencje reklamowe
2.1.5.	Sieciowanie ścieżek rowerowych	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe
2.1.6.	Organizacja miniparku gier/ćwiczeń/ siłowni na powietrzu	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe
2.1.7.	Tworzenie stref z otwartym dostępem do Internetu	Mieszkańcy, firmy informatyczne i dostawcy Internetu, przedsiębiorcy, LGD, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe
2.1.8.	Stworzenie terenu na cele rekreacyjno-sportowe	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe
2.2.	ZWIĘKSZENIE AKTYWIZACJI I INTEGRACJI SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ	
2.2.1.	Organizacja między pokoleniowych warsztatów kulinarnych, rękodzielniczych, prelekcji	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe, KGW***
2.2.2.	Prowadzenie zajęć tematycznych oraz aktywizowanie mieszkańców przez wspólne działania (GOK)	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**, KGW***, agencje reklamowe
2.2.3.	Rower miejski do wspólnego użytku jako wizytówka miasta	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe
2.2.4.	Organizacja szkoleń w zakresie pisania projektów (wniosków) i pozyskiwania środków na finansowanie projektów	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe
2.2.5.	Przeprowadzenie badań potrzeb seniorów i młodzieży i stworzenie propozycji tematycznych i zajęć aktywizujących	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe
2.2.6.	Przeprowadzenie szkoleń dla seniorów w zakresie elektronicznej komunikacji oraz podstawowych e-usług	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**, firmy szkoleniowe
3.	STWORZENIE MIEJSCA I SPOŁECZNOŚCI PRZYJAZNYCH ŚRODOWISKU I ODPORNYCH NA ZMIANY KLIMATYCZNE	
3.1.	STWORZENIE EKOLOGICZNEGO SYSTEMU OGRZEWANIA	
3.1.3.	Instalacja urządzeń grzewczych (pompa ciepła) i zasilających (fotowoltaika)	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe
3.2.	STWORZENIE SYSTEMÓW OSZCZĘDZANIA WÓD OPADOWYCH	
3.2.1.	Tworzenie w miejscach publicznych małej infrastruktury retencyjnej	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe
3.3.	OGRANICZENIE WYKORZYSTANIA ZASOBÓW ENERGETYCZNYCH	
3.3.1.	Instalacja instalacji oświetleniowych zasilanych z fotowoltaiki i akumulatorów	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe

* Kanał Elbląski LGD - Stowarzyszenie Łączy Nas Kanał Elbląski Lokalna Grupa Działania

** ZGiPKEiPI - Związek Gmin i Powiatów Kanału Elbląskiego i Pojezierza Iławskiego

*** Koło Gospodyń Wiejskich

5. PRZEWIDZIANE KORZYŚCI DLA LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI

Proponowane zadania nawiązują do definicji inteligentnych miast, zgodnie z którą wykorzystują one swoje obecne mocne strony oraz pojawiające się szanse dla zrównoważonego rozwoju. Działania i zadania realizowane w ramach koncepcji Smart Village powinny być ukierunkowane na realizację misji i wizji, a w szczególności:

- dbanie o zrównoważony rozwój miejscowości przyjazny mieszkańcom i turystom,
- poprawę jakości życia mieszkańców,
- stworzenie klimatu sprzyjającego rozwojowi przedsiębiorczości mieszkańców,
- poprawę atrakcyjności turystycznej Kisielice,
- zwiększenie poziomu integracji społecznej, w tym integracji między pokoleniowej,
- aktywizację społeczności lokalnej w zakresie angażowania się w codzienne życie miejscowości.

6. BIBLIOGRAFIA

BIP Kisielice: <https://bipkisielice.warmia.mazury.pl/>

Diamenty Krainy Kanału Elbląskiego OBIEKTY PRZYJAZNE ROWERZYSTOM,
<https://krainakanaluelblaskiego.com.pl/pl/p/Diamenty-Krainy-Kanału-Elblaskiego-OPR/68>.

Encyklopedia Warmii i Mazur:

Figiel S., Kozłowski W., Pilarski S. 2001. *Marketing w agrobiznesie*. Tom I: *Marketing towarów rolnych*, Wydawnictwo UWM w Olsztynie

Główny Urząd Statystyczny, <https://stat.gov.pl/podstawowe-dane/>

<http://encyklopedia.warmia.mazury.pl/index.php/Kisielice>

[http://encyklopedia.warmia.mazury.pl/index.php/Kisielice_\(gmina_miejsko-wiejska\)](http://encyklopedia.warmia.mazury.pl/index.php/Kisielice_(gmina_miejsko-wiejska))

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Kisielice_church.jpg

<https://pojezierzeilawskie.pl/kisielice/>

<https://spis.ngo.pl/221083-stowarzyszenie-milosnikow-gminy-kisielice>

<https://velomapa.pl/szlaki/regiony/szlaki-kanału-elblaskiego>

<https://www.nocowanie.pl/atraccje/kisielice/>

<https://www.polskawliczbach.pl/Kisielice>

Kozłowski J., Michalak J., Brodziński Z. 2018. *Zintegrowane narzędzia stymulowania lokalnego rozwoju: Strategia rozwoju i strategia marki Gminy Wydminy* (draft).

Kozłowski W., Suwara K. 2022. *Między teraźniejszością a przyszłością. Strategia rozwoju miasta w świetle koncepcji Smart City*. Instytut Badań Gospodarczych, Olsztyn.

Skurzyński P. 2004. *Warmia, Mazury, Suwalszczyzna*, Wyd. Sport i Turystyka - Muza S.A. Warszawa.

7. PARTNERZY KONCEPCJI SMART VILLAGE - SYGNATARIUSZE LISTU INTENCYJNEGO

PARTNERZY KONCEPCJI SMART VILLAGE - SYGNATARIUSZE LISTU INTENCYJNEGO w sprawie zawiązania PARTNERSTWA na rzecz WDRAŻANIA KONCEPCJI SMART VILLAGE (INTELIGENTNEJ WSI) Kisielice, GMINA KISIELICE:

1. Gmina Kisielice
 2. Ochotnicza Straż Pożarna w Kisielicach
-

Koncepcja Smart Village Kisielice została przyjęta przez:

- 1) Radę Gminy Kisielice- UCHWAŁA NR .../202... z roku w sprawie przyjęcia KONCEPCJI SMART VILLAGE (INTELIGENTNEJ WSI) Kisielice
 - 2) Ochotniczą Straż Pożarną w Kisielicach
-

PODPISY PARTNERÓW KONCEPCJI SMART VILLAGE KISIELIC

1. Gmina Kisielice
2. Ochotnicza Straż Pożarna w Kisielicach

(podpisy PARTNERÓW KONCEPCJI SMART VILLAGE)

.....
(podpisy grantobiorcy)

Kisielice, 27 października 2023 roku

Załącznik NR 1. ZADANIA KONCEPCJI SMART VILLAGE KISIELIC

Lp.	CELE i ZADANIA	Wskaźniki produktu			Wskaźniki rezultatu			Budżet PLN	Odpowiedzialny partner	Termin realizacji	Źródło finansowania
		Nazwa	Liczba	Miano	Nazwa	Liczba	Miano				
CEL 1.	ZWIĘKSZENIE ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ MIEJSCOWOŚCI										
1.1.	STWORZENIE MARKI TURYSTYCZNEJ MIEJSCOWOŚCI										
1.1.1.	Stworzenie książki identyfikacji wizualnej marki	1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; utworzona księga identyfikacji wizualnej marki Kisielic.	1	sieć	1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci; liczba produktów ze znakiem sieci Smart Village, Kisielic.	3	podmiot	10 000	Liderzy lokalni, KELGD*, mieszkańcy, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne	2024, 2027	8* PwP SV; 8*PwP PL
1.2.	ZWIĘKSZENIE POZIOMU USŁUG TURYSTYCZNYCH, GASTRONOMICZNYCH I KULINARNYCH										
1.2.1.	Stworzenie wirtualnej bazy miejsc noclegowych w agroturystycznych, hotelowych i prywatnych obiektach oraz ich dodatkowej oferty	1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; liczba obiektów noclegowych, gastronomicznych, kulinarnych w wirtualnej bazie obiektów turystycznych Kisielic i okolicy	1	sieć	1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci; liczba korzystających z obiektów turystycznych wpisanych w wirtualną bazę Kisielic i okolicy.	5	sieci	5 000	Liderzy lokalni, KE LGD*, mieszkańcy, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne	2024, 2027	8* PwP SV; 8*PwP PL
1.2.2.	Organizacja pól namiotowych i miejsc parkingowych wraz z infrastrukturą	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (liczba ogólnodostępnych publicznych pól namiotowych i miejsc parkingowych).	1	szt.	1.1.3. Liczba ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (liczba korzystających z miejsc biwakowych i parkingowych w sezonie turystycznym).	500	osób /rok	500 000	Urząd Gminy, mieszkańcy, rady sołeckie, KELGD*, NGO, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne, turyści i odwiedzający, ZGiPKEiPI**	2024, 2025, 2026	5* OK MIP
1.2.3.	Stworzenie muzeum interaktywnego historii Kisielic i wybranych obiektów Kisielic	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (www, MS)	1	szt.	1.1.3. Liczba ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (liczba odwiedzających muzeum interaktywne historii Kisielic i wybranych obiektów)	800	osób /rok	800 000	Urząd Gminy, mieszkańcy, KELGD*, NGO, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne, turyści i odwiedzający, ZGiPKEiPI**	2024, 2025, 2026	5* OK MIP
1.2.4.	Powstanie lokalnego centrum turystyki rowerowej	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (punkty serwisowe).	1	szt.	1.1.3. Liczba ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (punktów serwisowych; liczba osób korzystających z lokalnego centrum turystyki rowerowej).	150	osób /rok	150 000	Urząd Gminy, mieszkańcy, rady sołeckie, KELGD*, NGO, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne, turyści i odwiedzający, ZGiPKEiPI**	2024, 2025, 2026	5* OK MIP
1.2.5.	Usieciowienie producentów i dystrybutorów żywności lokalnej	1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; liczba producentów i dystrybutorów żywności lokalnej zrzeszonych np. w stowarzyszeniu „PRODUKTY Z KISIELIC”.	1	sieć	1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci; liczba odwiedzin, gości, turystów, liczba przeszkolonych, liczba uczestników imprez); wolumen sprzedanych produktów lokalnych i dynamika sprzedaży.	10	podmiot	100 000	Urząd Gminy, mieszkańcy, rady sołeckie, KELGD*,instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne, turyści i odwiedzający, NGO, KGW***, ZGiPKEiPI**	2024, 2027	8* PwP SV; 8*PwP PL

1.2.6.	Certyfikacja żywności regionalnej	1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; <i>liczba wytwórców produktów lokalnych z certyfikatem jakości</i> . 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych (<i>wypromowanych ofert, certyfikowanych produktów w Sieci „DKWM”, liczba miejsc dostępności produktów lokalnych</i>).	1	sieć	1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci; <i>wielkość sprzedaży produktów lokalnych</i> ; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń (<i>poziom produkcji i sprzedaży produktów lokalnych Sieci „Dziedzictwa Kulinarnego Warmia Mazury”</i>)	3	podmiot	5 000	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, KGW***, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe	2024, 2027	8* PwP SV; 8*PwP PL
1.2.7.	Organizacja stoiska produktów lokalnych i ich sprzedaży internetowej	1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; <i>liczba wytwórców produktów lokalnych korzystających ze stoiska produktów lokalnych na ekoryneczu</i> .	1	sieć	1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci; <i>liczba osób dokonujących zakupów na lokalnym bioryneczu</i> .	100	osób /rok	100 000	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe	2024, 2027	8* PwP SV; 8*PwP PL
1.2.8.	Współ organizacja święto gęsiny (Biskupiec) oraz święta wieprzowiny (Klimy)	1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; <i>liczba podmiotów zainteresowanych tworzeniem święta gęsiny i wieprzowiny; liczba zorganizowanych imprez turystycznych, kulinarnych w roku</i> .	1	sieć	1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci; <i>liczba rozpowszechnionych materiałów komunikacyjno-promocyjnych; liczba usatysfakcjonowanych odwiedzających Kisielice</i> .	6	podmiot	20 000	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, KGW***, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe	2024, 2026, 2027	7* PG KŚO KULTURA; 8* PwP SV; 8*PwP PL
1.2.9.	Organizacja warsztatów kulinarnych	1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; <i>liczba opracowanych przepisów potraw, liczba zorganizowanych warsztatów kulinarnych, liczba zorganizowanych festiwali kulinarnych</i> .	5	szt.	1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; 1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci; <i>liczba odwiedzin, gości, turystów, liczba przeszkolonych, liczba uczestników festiwali</i>	100	osób	100 000	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, KGW***, ZGiPKEiPI**, agencje reklamowe	2024, 2026, 2027	7* PG KŚO KULTURA; 8* PwP SV; 8*PwP PL
1.3.	ZINTEGROWANIE DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNO-PROMOCYJNYCH										
1.3.1.	Opracowanie materiałów komunikacyjno-promocyjnych w formie tradycyjnej i elektronicznej	1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych (<i>sieć Smart Village, produkt lokalny</i>); 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych (<i>liczba opracowań informacyjno-promocyjnych, publikacji, postów</i>):	1	sieć.	1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci (<i>sieć Smart Village, produkt lokalny</i>); 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; <i>liczba opublikowanych informacji w MS, stronach internetowych WWW</i>	10	podmiot	30 000	Liderzy lokalni, KELGD*, mieszkańcy, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne	2024, 2027, 2027	7* PG KŚO MŁODZIEŻ; 8* PwP SV; 8*PwP PL
1.3.2.	Stworzenie pełnego zestawu informacji turystycznych	1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych (<i>sieci Smart Village, produkt lokalny</i>); 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; <i>liczba opracowań informacyjno-promocyjnych: publikacji, postów</i> .	1	sieć	1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci (<i>sieci Smart Village, produkt lokalny</i>); 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; <i>liczba opublikowanych informacji w mediach społecznościowych (MS), WWW</i> .	10	podmiot	30 000	Liderzy lokalni, KELGD*, mieszkańcy, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne	2024, 2027, 2027	7* PG KŚO MŁODZIEŻ; 8* PwP SV; 8*PwP PL

1.3.3.	Opracowanie spójnego systemu informacji na szlakach rowerowych i w mieście	1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; udział osób zainteresowanych tworzeniem turystycznej oferty miejscowości; opracowana broszura /ulotka o trasach turystycznych Gminy Kisielice.	2	szt.	1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; odsetek miejsc i udostępnionych informacji w formie oznakowanie kodami QR; liczba osób odwiedzających stronę internetową miejscowości.	30	osób	35 000	Liderzy lokalni, KELGD*, mieszkańcy, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne	2027	7* PG KŚO MŁODZIEŻ
1.3.4.	Stworzenie harmonogramu imprez odbywających się w mieście i jego rozpowszechnienie na zewnątrz	1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; stworzony harmonogram imprez, jako efekt szkolenia liderów; 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych (Szlak Kulturowy KE MARKA).	1	szt.	1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; odsetek usatysfakcjonowanych odwiedzających; odsetek osób pozytywnie postrzegających Kisielice, jako efekt szkolenia liderów; 1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci	5	osób	2 000	Liderzy lokalni, KELGD*, mieszkańcy, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne	2024, 2024, 2025	6* OW LGD KŚO LIDER; 7* PG KŚO SZKKE MARKA; 9* MPP SZKKE MARKA
1.3.5.	Stworzenie strony internetowej miejscowości z aktualizowaną ofertą turystyczną (aktywne uczestnictwo osób młodych we współtworzeniu profilu, aktualizowane profile w mediach społecznościowych)	1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; liczba osób młodych aktywne uczestniczących we współtworzeniu strony internetowej miasta, jako efekt szkolenia: kształtowanie świadomości obywatelskiej – MŁODZIEŻ.	2	szt.	1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba osób odwiedzających stronę internetową miejscowości.	30	osób	30 000	Liderzy lokalni, KELGD*, mieszkańcy, firmy informatyczne, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne	2027	7* PG KŚO MŁODZIEŻ
1.3.6.	Oznakowanie kodami QR interesujących miejsc i udostępnienie informacji w formie elektronicznej	Liczba miejsc i udostępnionych informacji w formie oznakowanie kodami QR;	40	Szt.	liczba postów, komentarzy, polubieni w mediach społecznościowych.	30	post / m-c	15 000	Liderzy lokalni, KELGD*, mieszkańcy, firmy informatyczne, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne	2027	7* PG KŚO MŁODZIEŻ
Cel 2. STWORZENIE LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI O WYSOKIM POZIOMIE AKTYWNOŚCI I INTEGRACJI SPOŁECZNEJ											
2.1. ROZWÓJ INFRASTRUKTURY SPRZYJAJĄCEJ INTEGRACJI SPOŁECZNEJ											
2.1.1.	Przygotowanie wspólnie z młodzieżą miejsca spotkań dla młodych	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (miejsce spotkań młodzieży). 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych (dla młodzieży np. z zakresu KULTURA).	1	szt.	1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (częstotliwość organizacji spotkań integracyjnych). 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń (z zakresu KULTURA i młodzieży).	150	osób /rok	150 000	Mieszkańcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGIPKEiPI**	2024, 2024, 2025, 2026, 2026, 2027, 2028	5* OK MIPi 6* OW KE LGD KŚO LIDER; 7* PG KŚO KULTURA, MŁODZIEŻ
2.1.2.	Organizacja przestrzeni dostosowanej do potrzeb seniorów PRZY RZECIE WĄSKIEJ	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (liczba miejsc spotkań społeczności lokalnej). 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych (dla SENIORÓW z zakresu KULTURA).	1	szt.	1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury; liczba uczestników spotkań; odsetek osób młodych i seniorów spotykających się w przestrzeni temu dedykowanej; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń.	200	osób /rok	200 000	Mieszkańcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGIPKEiPI**	2024, 2024, 2025, 2026, 2026	5* OK MIP 6* OW KE LGD KŚO AKADEMIA LIDERA 7* PG KŚO KULTURA
2.1.3.	Stworzenie lokalnego miejsca wypoczynku nad Jeziorem Rakowym wraz z odpowiednią infrastrukturą	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (utworzone miejsce wypoczynku nad Jeziorem Rakowym).	1	szt.	1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (liczba osób odpoczywająca nad Jeziorem Rakowym).	250	osób /rok	250 000	Mieszkańcy, LGD, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGIPKEiPI*	2024, 2025, 2026,	5* OK MIP

2.1.4.	Budowa ścieżek i pieszych i rowerowych (np. do Ogrodzieńca) wraz z infrastrukturą (np. wiaty, hot spoty, toalety, chodniki przy drogach)	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (10 km drogi rowerowej); kilometry ścieżek pieszych i rowerowych oddanych do użytku.	50	km	1.1.3. Liczba ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (drogi rowerowej).	500	osób /rok	500 000	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKiPI*, agencje reklamowe	2024, 2025, 2026	5* OK MIP
2.1.5.	Sieciowanie ścieżek rowerowych	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (... km pętli tras rowerowych wokół Kisielic). 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych (SZLAK KKE - ROWER).	1	szt.	1.1.3. Liczba ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (liczba osób korzystających z tras rowerowych wokół Kisielic); 1.2.5. Liczba podmiotów połączonych w ramach nowej lub rozwiniętej sieci (Szlak KKE – ROWER).	200	osób /rok	210 000	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKiPI**, agencje reklamowe	2024, 2025, 2026, 2026	5* OK MIP 6* OW KE LGD KŚO AKADEMIA LIDERA
2.1.6.	Organizacja miniparku gier/ćwiczeń/ siłowni na powietrzu	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (minipark/siłownia na świeżym powietrzu).	1	szt.	1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (miniparku, siłowni na świeżym powietrzu).	300	osób / rok	300 000	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, NGO, ZGiPKiPI**, agencje reklamowe	2024, 2025, 2026	5* OK MIP
2.1.7.	Tworzenie stref z otwartym dostępem do Internetu	Liczba utworzonych stref z wolnym dostępem do Internetu.	1	szt.	Liczba osób korzystających ze strefy z wolnym dostępem do Internetu.	20	osób / rok	20 000	Mieszkańcy, firmy informatyczne i dostawcy Internetu, przedsiębiorcy, GOK, KELGD*, ZGiPKiPI**, agencje reklamowe	2023-2029	inne źródła
2.1.8.	Stworzenie terenu na cele rekreacyjno-sportowe	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (urządzenia terenu sportowo-rekreacyjnego).	1	Szt.	1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (urządzonego terenu sportowo-rekreacyjnego).	450	osób / rok	450 000	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, NGO, ZGiPKiPI**, agencje reklamowe	2024, 2025, 2026	5* OK MIP
2.2.	ZWIĘKSZENIE AKTYWIZACJI I INTEGRACJI SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ										
2.2.1.	Organizacja między pokoleniowych warsztatów kulinarnych, rękodzielniczych, prelekcji	1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; liczba zorganizowanych warsztatów kulinarnych rękodzielniczych, prelekcji.	1	moduł	1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba osób młodych i senioralnych uczestniczących w warsztatach kulinarnych, rękodzielniczych, prelekcjach: kształtowaniu świadomości obywatelskiej – MŁODZIEŻ.	100	osób / rok	100 000	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKiPI**, agencje reklamowe, KGW***	2026,	7* PG KŚO KULTURA
2.2.2.	Prowadzenie zajęć tematycznych oraz aktywizowanie mieszkańców przez wspólne działania (GOK)	1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; liczba zajęć tematycznych.	5	szt.	1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba osób uczestniczących w szkoleniach.	150	osób	150 000	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKiPI**, KGW***, agencje reklamowe	2026	7* PG KŚO KULTURA
2.2.3.	Rower miejski do wspólnego użytku jako wizytówka miasta	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (10 km drogi rowerowej)	1	szt.	1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury (drogi rowerowej); liczba osób korzystająca z roweru miejskiego.	100	osób / rok	100 000	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, NGO, ZGiPKiPI**, agencje reklamowe	2024, 2025, 2026	5* OK MIP

2.2.4.	Organizacja szkoleń w zakresie pisania projektów (wniosków) i pozyskiwania środków na finansowanie projektów	1.3.2. liczba zorganizowanych modułów szkoleniowych (szkoleń w zakresie pisania projektów (wniosków) i pozyskiwania środków na finansowanie projektów.	1	szt.	1.3.2. liczba osób uczestnicząca w szkoleniach (z zakresu pisania projektów (wniosków) i pozyskiwania środków na finansowanie projektów.	30	osób	30 000	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, NGO, ZGiPKiPI**, agencje reklamowe	2024	6* OW KE LGD KŚO AKADEMIA LIDERA
2.2.5.	Przeprowadzenie badań potrzeb seniorów i młodzieży i stworzenie propozycji tematycznych i zajęć aktywizujących	1.3.2. liczba zorganizowanych modułów szkoleniowych; liczba osób uczestniczących w badaniach potrzeb seniorów i młodzieży służących stworzeniu propozycji tematycznych i zajęć aktywizujących.	5	szt.	1.3.2. liczba osób uczestnicząca w szkoleniach; liczba zrealizowanych zadań wytyczonych w wyniku konsultacji.	120	osób	120 000	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKiPI**, agencje reklamowe	2024	6* OW KE LGD KŚO AKADEMIA LIDERA
2.2.6.	Przeprowadzenie szkoleń dla seniorów w zakresie elektronicznej komunikacji oraz podstawowych e-usług	1.3.2. liczba zorganizowanych modułów szkoleniowych (liczba przeprowadzonych szkoleń dla seniorów w zakresie elektronicznej komunikacji oraz podstawowych e-usług).	10	szt.	1.3.2. liczba osób uczestnicząca w szkoleniach (liczba/odsetek uczestników szkoleń z zakresu komunikacji elektronicznej).	30	osób	30 000	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKiPI**, firmy szkoleniowe	2026	7* PG KŚO KULTURA
Cel 2.	STWORZENIE MIEJSCA I SPOŁECZNOŚCI PRZYJAZNYCH ŚRODOWISKU I ODPORNYCH NA ZMIANY KLIMATYCZNE										
3.1.	STWORZENIE EKOLOGICZNEGO SYSTEMU OGRZEWANIA										
3.1.1.	Instalacja urządzeń grzewczych (pompa ciepła) i zasilających (fotowoltaika)	Liczba zainstalowanych urządzeń grzewczych w gospodarstwach domowych i instytucjach użyteczności publicznej korzystających z pomp ciepła i fotowoltaiki.	10	szt.	liczba/odsetek ludności korzystająca z zainstalowanych urządzeń grzewczych w gospodarstwach domowych i instytucjach użyteczności publicznej korzystających z pomp ciepła i fotowoltaiki.	700	osób	700 000	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKiPI**, agencje reklamowe	2023 - 2027	1* PS WPR inne źródła
3.2.	ORGANIZACJA WYJAZDÓW INTEGRACYJNYCH I STUDYJNYCH										
3.2.1.	Tworzenie w miejscach publicznych małej infrastruktury retencyjnej	liczba utworzonych zbiorników retencyjnych.	10	Szt.	liczba korzystających z utworzonych zbiorników retencyjnych.	1000	osób /rok	1 000 000	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKiPI**, agencje reklamowe	2023 - 2027	1* PS WPR inne źródła
3.3.	OGRANICZENIE WYKORZYSTANIA ZASOBÓW ENERGETYCZNYCH										
3.3.1.	Instalacja instalacji oświetleniowych zasilanych z fotowoltaiki i akumulatorów	odsetek instalacji oświetleniowych zasilanych z fotowoltaiki i akumulatorów.	10	szt.	zmiana kosztów zużycia energii w obiektach publicznych.	700	osób	700 000	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, KELGD*, GOK, lokalne stowarzyszenia, ZGiPKiPI**, agencje reklamowe	2023 - 2027	1* PS WPR inne źródła
								6 942 000			

Kisielice, 27 października 2023 roku