

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

Prezentacja **głównych celów** i przesłanek leżących u podstaw opracowania Planu komunikacji z lokalną społecznością.

Skuteczna komunikacja jest niezbędnym elementem procesu wdrażania LSR. Wynika to wprost z cech podejścia LEADER, takich jak oddolność, zintegrowanie, partnerstwo, innowacyjność czy sieciowanie. Na ich podstawie opracowane zostały główne przesłanki planu komunikacji.

Skuteczna komunikacja wymaga wymiany informacji. Z tego względu przewidziano nie tylko sposoby przekazywania informacji mieszkańcom obszaru LSR, ale zaplanowano również systematyczne pozyskiwanie od nich komunikatów zwrotnych. W tym kontekście należy podkreślić, że plan komunikacji jest powiązany z systemem monitoringu i ewaluacji działań LGD oraz planem partycypacji zamieszczonym w rozdziale III LSR. Będzie to miało wpływ na zdolność Stowarzyszenia do zarządzania procesem wdrażania LSR.

Zaplanowano liczne działania, które wesprzeć mają stosowane przez LGD sposoby wdrażania innowacji. Szczególne starania zostaną dołożone by poinformować potencjalnych beneficjentów o zawartej w LSR definicji innowacyjności. Wnioskodawcom udzielona zostanie pomoc w przygotowaniu propozycji operacji zawierających elementy innowacyjne w ramach przewidzianych przedsięwzięć.

Komunikowanie się będzie istotnym aspektem procesu wzmocnienia partnerstwa na obszarze LSR. Działania w tym zakresie będą kierowane do członków Stowarzyszenia oraz do ogółu społeczności. Zaplanowano również działania, które mają ułatwić realizację operacji w partnerstwie i projektów partnerskich, co powinno się przyczynić do zwiększenia wartości dodanej LSR.

Dobór środków przekazu dla poszczególnych grup docelowych poparty został wynikami badań ewaluacyjnych podsumowujących realizację LSR w okresie programowania UE 2014-2020 oraz na podstawie uwag w tym zakresie, zgłaszanych podczas spotkań konsultacyjnych odbywających się w każdej gminie wchodzącej w skład obszaru objętego wdrażaniem LSR. To szczególnie istotne w przypadku osób w niekorzystnej sytuacji. Zaplanowano działania kierowane bezpośrednio do grup w niekorzystnej sytuacji, osób młodych i osób w wieku senioralnym.

Przesłanką leżącą u podstaw planu komunikacji jest również dążenie do maksymalizacji efektów realizacji LSR. Wiąże się to z działaniem na rzecz aktywizacji społeczności, upowszechniania postaw przedsiębiorczych, umożliwiania partycypacji społecznej w procesie zarządzania wdrażaniem LSR, dążeniu do realizacji operacji partnerskich i innowacyjnych, a także umacniania postaw obywatelskich i zwiększenie poziomu kapitału ludzkiego i społecznego. Zaplanowano działania komunikacyjne w ten sposób, aby zrealizować wszystkie z wymienionych założeń. Dodatkowo w planie komunikacji przewidziano sposoby informowania społeczności lokalnej o efektach realizacji LSR.

Plan komunikacji uwzględnia realizację obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez Instytucję Zarządzającą oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR.

Opis **działań komunikacyjnych** i **grup docelowych** oraz **środków przekazu**, w tym **działań podejmowanych w przypadku problemów z realizacją LSR**, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD itd.

Najważniejszym elementem planu komunikacyjnego jest zamieszczona w nim poniższa tabela. Została skonstruowana w ten sposób, aby w sposób przejrzysty i zrozumiały prezentować najważniejsze informacje dotyczące:

- planowanych do podjęcia działaniach komunikacyjnych;
- grup docelowych wraz ze stosowanymi środkami przekazu, które będą wykorzystywane;
- opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych (wraz z jednostką miary) oraz efektów działań komunikacyjnych
- zakładany budżet na realizację poszczególnych działań komunikacyjnych.

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

Przyjęcie takiego rozwiązania ma na celu ułatwienie wszystkim osobom zainteresowanym dotarcie oraz zapoznanie się z tym dokumentem. Jest to wprost realizacja jednego z fundamentalnych założeń wdrażania LSR i zarządzania organizacją jakim jest maksymalizacja inkluzywnej formuły działania.

Opis zakładanych **wskaźników realizacji działań komunikacyjnych** oraz **efektów działań komunikacyjnych**.

Do każdego z działań komunikacyjnych przyporządkowano konkretne wskaźniki oraz efekty działań komunikacyjnych.

Zastosowano następujące wskaźniki:

Liczba przekazanych informacji, liczba zorganizowanych działań aktywizująco- integracyjnych, liczba przeprowadzonych kampanii informacyjnych, liczba osób korzystających z doradztwa, liczba zorganizowanych szkoleń, liczba uzyskanych ankiet, liczba zorganizowanych warsztatów refleksyjnych

W efekcie realizacji planu komunikacji zorganizowanych zostanie 15 szkoleń oraz 10 działań aktywizująco- integracyjnych. Przeprowadzone zostaną 22 kampanie informacyjne oraz przekazanych zostanie 35 pojedynczych informacji. Z doradztwa w biurze skorzysta 250 osób oraz uzyskamy informację zwrotną nt. jakości świadczonych usług doradczych i szkoleniowych od 200 osób. W planowanych okresie przeprowadzonych zostanie 5 warsztatów refleksyjnych.

Opis sposobu, w jaki będzie analizowana **efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu** (w tym tryb korygowania planu komunikacji).

Do każdego z działań komunikacyjnych przyporządkowano konkretne środki przekazu, którym z kolei przyporządkowano jednoznaczne wskaźniki pozwalające na ewidencjonowanie prowadzonych działań komunikacyjnych. Dane te będą poddawane ocenie pod kątem skuteczności i efektywności na corocznych spotkaniach refleksyjnych. W okresie pomiędzy spotkaniami, mieszkańcy obszaru będą mogli zgłaszać swoje uwagi i propozycje poprzez formularze kontaktowe i fiszki z pomysłami. Propozycje te będą co roku podsumowywane w raportach przedstawianych na spotkaniach refleksyjnych, co zmniejsza ryzyko, że zostaną one nierozpatrzone przez Zarząd LGD. Dodatkowo, plan komunikacji stanowi jeden z elementów podlegających monitoringowi i badaniu ewaluacyjnemu opisanych w rozdziale X LSR. Bieżące monitorowanie postępów i efektów realizacji planu komunikacji będzie stanowiło podstawę do podejmowania decyzji przez Zarząd w tej kwestii. W zakresie planowanych badań ewaluacyjnych przewidziano również badanie efektywności działań komunikacyjnych, których wyniki będą również stanowiły podstawę z jednej strony do zebrania opinii na jego temat wśród przewidzianych do badania grup docelowych, z drugiej strony do podjęcia decyzji dotyczących dalszej realizacji lub zmiany działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekaz.

W planie komunikacji uwzględniono działania prewencyjne, które mają minimalizować ryzyko niedostatecznego zaangażowania społeczności w realizację LSR i braku jej poparcia dla tego procesu. Chodzi tu nie tylko o informowanie mieszkańców obszaru o podejmowanych działaniach, ale również o włączenie ich w zarządzanie wdrażaniem LSR poprzez proces ewaluacji i możliwość zgłaszania pomysłów na nowe działania. W przypadku wystąpienia problemów w realizacji LSR możliwe będzie skorygowanie

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

2024	Konsultowanie propozycji zmian w LSR /umożliwienie zgłaszania pomysłów i inicjatyw dotyczących realizacji LSR	Informowanie o możliwości zgłaszania inicjatyw/ pomysłów	Członkowie LSR, mieszkańcy oraz podmioty z obszaru LGD	e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, fiszka	Liczba przekazanych informacji – 1 szt.	Aktywne włączenie członków LGD w realizację LSR	0,00*
	Aktywizacja i motywowanie członków LGD i mieszkańców obszaru, w szczególności osoby młode, seniorów i osoby w niekorzystnej sytuacji do zwiększenia zaangażowania we wdrażanie LSR	Organizowanie działań aktywizacyjno-integracyjnych	Członkowie LGD, mieszkańcy obszaru, w szczególności osoby młode, seniorzy oraz osoby w niekorzystnej sytuacji	spotkania aktywizujące, konkursy, warsztaty	Liczba zorganizowanych działań aktywizacyjno-integracyjnych – 1 szt	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców i członków LGD w realizację LSR, aktywizacja i integracja mieszkańców obszaru LSR, wzmocnienie partnerstwa	600,00 euro EFRROW
		Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR		e-mail, strona internetowa LGD; profil społecznościowy LGD, informacja e-mail do gmin członkowskich, artykuł prasowy, plakat	Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjnych – 1 szt.	Poinformowanie mieszkańców, w tym ludzi młodych, seniorów oraz osoby w niekorzystnej sytuacji o głównych założeniach LSR	0,00*

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	Zachęcenie do składania wniosków w ramach LSR i poza LSR oraz animowanie do wdrażania projektów partnerskich oraz innowacyjnych	Doradztwo w biurze LGD	Podmioty oraz mieszkańcy, w szczególności osoby młode, seniorzy oraz osoby w niekorzystnej sytuacji	komunikacja bezpośrednia – konsultacje w biurze LGD	Liczba osób korzystających z doradztwa– 5 osób	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o sposobie przygotowania operacji w tym operacji innowacyjnych oraz w partnerstwie	0,00*
	Monitorowanie i ewaluacja efektów działań partycypacyjnych oraz wzmocnienie wiarygodności i zaufania do LGD	Ewaluacja efektów działań komunikacyjnych	Członkowie LGD, mieszkańcy, podmioty	Ankieta po doradztwie w biurze LGD, ankieta po szkoleniu, ankieta on-line, ankieta po warsztatach	Liczba uzyskanych ankiet – 5 szt.	Pozyskanie informacji zwrotnej na temat jakości świadczonego doradztwa, prowadzonych szkoleń	0,00*
	Konsultowanie propozycji zmian w LSR /umożliwienie zgłaszania pomysłów i inicjatyw dotyczących realizacji LSR	Organizacja warsztatu refleksyjnego	Członkowie LSR, mieszkańcy oraz podmioty z obszaru LGD	komunikacja bezpośrednia- spotkanie stacjonarne lub on line	Liczba zorganizowanych warsztatów refleksyjnych – 1 szt.	Zaangażowanie członków oraz mieszkańców w ewaluację działań stowarzyszenia oraz realizację LSR	100,00 euro EFRROW
		Informowanie o możliwości zgłaszania inicjatyw/ pomysłów		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, fiszka	Liczba przekazanych informacji – 1szt.	Poinformowanie o możliwości zgłaszania inicjatyw/pomysłów, aktywne włączenie członków LGD w realizację LSR	0,00*
	Aktywizacja i motywowano członków LGD i mieszkańców	Organizowanie działań integracyjno-aktywizujących	Członkowie LGD, mieszkańcy obszaru, w szczególności	spotkania aktywizujące, konkursy, warsztaty	Liczba zorganizowanych działań aktywizacyjno-	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców i członków LGD w realizację LSR, aktywizacja i integracja mieszkańców	900,00 euro EFRROW

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

2025	obszaru, w szczególności osoby młode, seniorów i osoby w niekorzystnej sytuacji do zwiększenia zaangażowania we wdrażanie LSR		osoby młode, seniorzy oraz osoby w niekorzystnej sytuacji		integracyjnych – 3 szt.	obszaru LSR, wzmocnienie partnerstwa	
		Informowanie nt. bieżących działań LGD i efektów wdrażania LSR		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, artykuły prasowe, biuletyn informacyjny, plakat	Liczba przekazanych informacji – 1 szt.	Poinformowanie o stopniu realizacji LSR oraz bieżących działaniach LGD	300,00 euro EFRROW/EFS+/EFRR
		Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, informacja e-mail do gmin członkowskich, artykuł prasowy, biuletyn informacyjny, plakat	Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjnych – 1 szt.	Poinformowanie mieszkańców, w tym ludzi młodych, seniorów oraz osoby w niekorzystnej sytuacji o głównych założeniach LSR	0,00 *
		Informowanie o możliwościach włączenia się do przedsięwzięć realizowanych przez LGD oraz partnerów LGD		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy, artykuł prasowy,	Liczba przekazanych informacji - 5 szt.	Zwiększenie udziału mieszkańców, w tym w szczególności osób młodych, seniorów oraz osób w niekorzystnej sytuacji w działaniach realizowanych przez LGD oraz partnerów projektu	0,00*
	Zachęcenie do składania wniosków w ramach LSR i poza LSR oraz animowanie do wdrażania projektów	Doradztwo w biurze LGD	Podmioty oraz mieszkańcy, w szczególności osoby młode, seniorzy oraz osoby w niekorzystnej sytuacji	komunikacja bezpośrednia – konsultacje w biurze LGD	Liczba osób korzystających z doradztwa – 50 osób	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o sposobie przygotowania operacji w tym operacji innowacyjnych oraz w partnerstwie	0,00*
		Organizowanie szkoleń dla potencjalnych		komunikacja bezpośrednia – szkolenia	Liczba zorganizowanych szkoleń – 5 szt.	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o sposobie przygotowania operacji w tym	300,00 euro EFRROW/EFS+/EFRR

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	partnerskich oraz innowacyjnych	beneficjentów				operacji innowacyjnych oraz w partnerstwie	
		Kampania informacyjna dotycząca naborów wniosków		strona internetowa LGD, profil społecznościowy, e-mail do gmin członkowskich z prośbą o zamieszczenie informacji na swoich stronach, artykuł prasowy, plakat	Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjnych – 3 szt.	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o kryteriach wyboru oraz zasadach wsparcia	0,00 euro*
		Akcja informacyjno-promocyjna poświęcona przygotowaniu wniosków o płatność		Strona internetowa LGD, profil społecznościowy	Liczba przekazanych informacji - 3 szt.	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców i członków LGD w realizację LSR	0,00*
	Monitorowanie i ewaluacja efektów działań partycypacyjnych oraz wzmocnienie wiarygodności i zaufania do LGD	Ewaluacja efektów działań komunikacyjnych	Członkowie LGD, mieszkańcy, podmioty, beneficjenci	Ankieta po doradztwie w biurze LGD, ankieta po szkoleniu, ankieta on-line, ankieta po warsztatach	Liczba uzyskanych ankiet – 50 szt.	Pozyskanie informacji zwrotnej na temat jakości świadczonego doradztwa, prowadzonych szkoleń	0,00*
2026	Konsultowanie propozycji zmian w LSR/umożliwieni	Organizacja warsztatu refleksyjnego	Członkowie LSR, mieszkańcy oraz podmioty z obszaru LGD	komunikacja bezpośrednia-spotkanie stacjonarne lub on line	Liczba zorganizowanych warsztatów refleksyjnych – 1 szt.	Zaangażowanie członków oraz mieszkańców w ewaluację działań stowarzyszenia oraz realizację LSR	300,00 euro EFRROW

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	e zgłaszania pomysłów i inicjatyw dotyczących realizacji LSR	Informowanie o propozycjach zmian w LSR (działanie w przypadku zaistnienia konieczności wprowadzenia zmian w LSR)		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, Forum Lokalne	Liczba przekazanych informacji- 1szt.	Poinformowanie mieszkańców i członków o zapisach LSR oraz proponowanych zmianach	0,00*
		Informowanie o możliwości zgłaszania inicjatyw/pomysłów		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, fiszka	Liczba przekazanych informacji- 1szt.	Poinformowanie o możliwości zgłaszania inicjatyw/pomysłów, aktywne włączenie członków LGD w realizację LSR	0,00*
Aktywizacja i motywowano członków LGD i mieszkańców obszaru, w szczególności osoby młode, seniorów i osoby w niekorzystnej sytuacji do zwiększenia zaangażowania we wdrażanie LSR	Organizowanie działań integracyjno-aktywizujących	Członkowie LGD, mieszkańcy obszaru, w szczególności osoby młode, seniorzy oraz osoby w niekorzystnej sytuacji	spotkania aktywizujące, konkursy, warsztaty	Liczba zorganizowanych działań aktywizacyjno-integracyjnych – 2szt.	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców i członków LGD w realizację LSR, aktywizacja i integracja mieszkańców obszaru LSR, wzmocnienie partnerstwa	1200,00 euro EFRROW	
	Informowanie nt. bieżących działań LGD i efektów wdrażania LSR		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, artykuły prasowe, biuletyn informacyjny, plakat	Liczba przekazanych informacji- 1szt.	Poinformowanie o stopniu realizacji LSR oraz bieżących działaniach LGD	200,00 euro EFRROW/EFS+/EFRR	
	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, informacja e-mail do gmin	Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjnych – 1 szt.	Poinformowanie mieszkańców, w tym ludzi młodych, seniorów oraz osoby w niekorzystnej sytuacji o głównych założeniach LSR	400,00 euro EFRROW/EFS+/EFRR	

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

				członkowskich, artykuł prasowy, biuletyn informacyjny, plakat			
	Informowanie o możliwościach włączenia się przedsięwzięć realizowanych przez LGD oraz partnerów LGD			e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy, artykuł prasowy,	Liczba przekazanych informacji- 5szt.	Zwiększenie udziału mieszkańców, w tym w szczególności osób młodych, seniorów oraz osób w niekorzystnej sytuacji w działaniach realizowanych przez LGD oraz partnerów projektu	0,00*
Zachęcenie do składania wniosków w ramach LSR i poza LSR oraz animowanie do wdrażania projektów partnerskich oraz innowacyjnych	Doradztwo w biurze LGD	Podmioty oraz mieszkańcy, w szczególności osoby młode, seniorzy oraz osoby w niekorzystnej sytuacji	komunikacja bezpośrednia – konsultacje w biurze LGD	Liczba osób korzystających z doradztwa – 70 osób	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o sposobie przygotowania operacji w tym operacji innowacyjnych oraz w partnerstwie	0,00*	
	Organizowanie szkoleń dla potencjalnych beneficjentów		komunikacja bezpośrednia – szkolenia	Liczba zorganizowanych szkoleń – 4 szt.	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o sposobie przygotowania operacji w tym operacji innowacyjnych oraz w partnerstwie	1000,00 euro EFRROW/ EFS/ EFRR	
	Kampania informacyjna dotycząca naborów wniosków		strona internetowa LGD, profil społecznościowy, e- mail do gmin członkowskich z prośbą o zamieszczenie informacji na swoich stronach, artykuł prasowy, plakat	Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjnych – 3 szt.	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o kryteriach wyboru oraz zasadach wsparcia	0,00*	
	Akcja informacyjno- promocyjna poświęcona			Strona internetowa LGD, profil społecznościowy	Liczba przekazanych informacji - 3 szt.	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców i członków LGD w realizację LSR, aktywizacja i integracja mieszkańców	0,00*

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

		przygotowaniu wniosków o płatność				obszaru LSR,	
	Monitorowanie i ewaluacja efektów działań partycypacyjnych oraz wzmocnienie wiarygodności i zaufania do LGD	Ewaluacja efektów działań komunikacyjnych	Członkowie LGD, mieszkańcy, podmioty, beneficjenci	Ankieta po doradztwie w biurze LGD, ankieta po szkoleniu, ankieta on-line, ankieta po warsztatach	Liczba uzyskanych ankiet – 50 szt.	Pozyskanie informacji zwrotnej na temat jakości świadczonego doradztwa, prowadzonych szkoleń	0,00*
		Kampania tzw. „Dobrych praktyk”		Strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, artykuł prasowy, biuletyn informacyjny	Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjnych – 1 szt.	Upowszechnienie informacji na temat efektów realizacji LSR	400,00 euro EFRROW/EFS+/EFRR
2027	Konsultowanie propozycji zmian w LSR/umożliwienie zgłaszania pomysłów i inicjatyw dotyczących realizacji LSR	Organizacja warsztatu refleksyjnego	Członkowie LSR, mieszkańcy oraz podmioty z obszaru LGD	komunikacja bezpośrednia-spotkanie stacjonarne lub on line	Liczba zorganizowanych warsztatów refleksyjnych – 1 szt.	Zaangażowanie członków oraz mieszkańców w ewaluację działań stowarzyszenia oraz realizację LSR	300,00 euro EFRROW
		Informowanie o propozycjach zmian w LSR (działanie w przypadku zaistnienia konieczności wprowadzenia zmian w LSR)		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, Forum Lokalne	Liczba przekazanych informacji- 1szt.	Poinformowanie mieszkańców i członków o zapisach LSR oraz proponowanych zmianach	0,00*
		Informowanie o możliwości zgłaszania inicjatyw/pomysłów		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, fiszka	Liczba przekazanych informacji- 1szt.	Poinformowanie o możliwości zgłaszania inicjatyw/pomysłów, aktywne włączenie członków LGD w realizację LSR	0,00*

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

Aktywizacja i motywowanie członków LGD i mieszkańców obszaru, w szczególności osoby młode, seniorów i osoby w niekorzystnej sytuacji do zwiększenia zaangażowania we wdrażanie LSR	Organizowanie działań integracyjno-aktywizujących	Członkowie LGD, mieszkańcy obszaru, w szczególności osoby młode, seniorzy oraz osoby w niekorzystnej sytuacji	spotkania aktywizujące, konkursy, warsztaty	Liczba zorganizowanych działań aktywizacyjno-integracyjnych – 2 szt	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców i członków LGD w realizację LSR, aktywizacja i integracja mieszkańców obszaru LSR, wzmocnienie partnerstwa	1200,00 euro EFRROW/EFS+/EFRR
	Informowanie nt. bieżących działań LGD i efektów wdrażania LSR		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, artykuły prasowe, biuletyn informacyjny, plakat	Liczba przekazanych informacji- 2szt.	Poinformowanie o stopniu realizacji LSR oraz bieżących działaniach LGD	200,00 euro EFRROW/EFS+/EFRR
	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, informacja e-mail do gmin członkowskich, artykuł prasowy, plakat	Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjnych – 2 szt.	Poinformowanie mieszkańców, w tym ludzi młodych, seniorów oraz osoby w niekorzystnej sytuacji o głównych założeniach LSR	0,00*
	Informowanie o możliwościach włączenia się przedsięwzięć realizowanych przez LGD oraz partnerów LGD		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy, artykuł prasowy	Liczba przekazanych informacji- 5szt.	Zwiększenie udziału mieszkańców, w tym w szczególności osób młodych, seniorów oraz osób w niekorzystnej sytuacji w działaniach realizowanych przez LGD oraz partnerów projektu	0,00*
Zachęcenie do składania wniosków w ramach LSR i poza LSR oraz	Doradztwo w biurze LGD	Podmioty oraz mieszkańcy, w szczególności osoby młode, seniorzy oraz osoby	komunikacja bezpośrednia – konsultacje w biurze LGD	Liczba osób korzystających z doradztwa – 70 osób	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o sposobie przygotowania operacji w tym operacji innowacyjnych oraz w partnerstwie	0,00*

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	animowanie do wdrażania projektów partnerskich oraz innowacyjnych	Organizowanie szkoleń dla potencjalnych beneficjentów	w niekorzystnej sytuacji	komunikacja bezpośrednia – szkolenia	Liczba zorganizowanych szkoleń – 3 szt.	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o sposobie przygotowania operacji w tym operacji innowacyjnych oraz w partnerstwie	750,00 euro EFRROW/ EFS/ EFRR
		Kampania informacyjna dotycząca naboru wniosków		strona internetowa LGD, profil społecznościowy, e-mail do gmin członkowskich z prośbą o zamieszczenie informacji na swoich stronach, artykuł prasowy, plakat	Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjnych – 2 szt.	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o kryteriach wyboru oraz zasadach wsparcia	0,00*
		Akcja informacyjno-promocyjna poświęcona przygotowaniu wniosków o płatność		Strona internetowa LGD, profil społecznościowy	Liczba przekazanych informacji - 3 szt.	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców i członków LGD w realizację LSR, aktywizacja i integracja mieszkańców obszaru LSR,	0,00*
	Monitorowanie i ewaluacja efektów działań partycypanyjnych oraz wzmocnienie wiarygodności i zaufania do LGD	Ewaluacja efektów działań komunikacyjnych	Członkowie LGD, mieszkańcy, podmioty, beneficjenci	Ankieta po doradztwie w biurze LGD, ankieta po szkoleniu, ankieta on-line, ankieta po warsztatach	Liczba uzyskanych ankiet – 50 szt.	Pozyskanie informacji zwrotnej na temat jakości świadczonego doradztwa, prowadzonych szkoleń	0,00*
		Kampania tzw. „Dobrych praktyk”		Strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, artykuł prasowy, biuletyn informacyjny	Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjnych – 2 szt.	Upowszechnienie informacji na temat efektów realizacji LSR	400,00 euro EFRROW/EFS+/ EFRR
2028	Konsultowanie propozycji zmian	Organizacja warsztatu	Członkowie LSR, mieszkańcy oraz	komunikacja bezpośrednia-	Liczba zorganizowanych	Zaangażowanie członków oraz mieszkańców w ewaluację	300,00 euro EFRROW

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

w LSR/umożliwienie zgłaszania pomysłów i inicjatyw dotyczących realizacji LSR	refleksyjnego	podmioty z obszaru LGD	spotkanie stacjonarne lub online	warsztatów refleksyjnych – 1 szt.	działań stowarzyszenia oraz realizację LSR	
	Informowanie o propozycjach zmian w LSR (działanie w przypadku zaistnienia konieczności wprowadzenia zmian w LSR)		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, Forum Lokalne	Liczba przekazanych informacji- 1szt.	Poinformowanie mieszkańców i członków o zapisach LSR oraz proponowanych zmianach	0,00*
	Informowanie o możliwości zgłaszania inicjatyw/pomysłów		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, fiszka	Liczba przekazanych informacji- 1szt.	Poinformowanie o możliwości zgłaszania inicjatyw/pomysłów, aktywne włączenie członków LGD w realizację LSR	0,00*
Aktywizacja i motywowanie członków LGD i mieszkańców obszaru, w szczególności osoby młode, seniorów i osoby w niekorzystnej sytuacji do zwiększenia zaangażowania we wdrażanie LSR	Organizowanie działań integracyjno-aktywizujących	Członkowie LGD, mieszkańcy obszaru, w szczególności osoby młode, seniorzy oraz osoby w niekorzystnej sytuacji	spotkania aktywizujące, konkursy, warsztaty	Liczba zorganizowanych działań aktywizacyjno-integracyjnych – 2 szt	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców i członków LGD w realizację LSR, aktywizacja i integracja mieszkańców obszaru LSR, wzmocnienie partnerstwa	1200,00 euro EFRROW
	Informowanie nt. bieżących działań LGD i efektów wdrażania LSR		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, artykuły prasowe, biuletyn informacyjny, plakat	Liczba przekazanych informacji- 2szt.	Poinformowanie o stopniu realizacji LSR oraz bieżących działaniach LGD	0,00*
	Kampania informacyjna nt. głównych założeń		e-mail, strona internetowa LGD, profil społeczności	Liczba przeprowadzonych kampanii	Poinformowanie mieszkańców, w tym ludzi młodych, seniorów oraz osoby	0,00*

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

		LSR		owy LGD, informacja e-mail do gmin członkowskich, artykuł prasowy, plakat	informacyjnych – 1 szt.	w niekorzystnej sytuacji o głównych założeniach LSR	
		Informowanie o możliwościach włączenia się przedsięwzięć realizowanych przez LGD oraz partnerów LGD		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy, artykuł prasowy	Liczba przekazanych informacji- 5szt.	Zwiększenie udziału mieszkańców, w tym w szczegółności osób młodych, seniorów oraz osób w niekorzystnej sytuacji w działaniach realizowanych przez LGD oraz partnerów projektu	0,00*
Zachęcenie do składania wniosków w ramach LSR i poza LSR oraz animowanie do wdrażania projektów partnerskich oraz innowacyjnych		Doradztwo w biurze LGD	Podmioty oraz mieszkańcy, w szczególności osoby młode, seniorzy oraz osoby w niekorzystnej sytuacji	komunikacja bezpośrednia – konsultacje w biurze LGD	Liczba osób korzystających z doradztwa– 30 osób	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o sposobie przygotowania operacji w tym operacji innowacyjnych oraz w partnerstwie	0,00*
		Organizowanie szkoleń dla potencjalnych beneficjentów		komunikacja bezpośrednia – szkolenia	Liczba zorganizowanych szkoleń – 3 szt.	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o sposobie przygotowania operacji w tym operacji innowacyjnych oraz w partnerstwie	750,00 euro EFRROW/ EFS/ EFRR
		Kampania informacyjna dotycząca naborów wniosków		strona internetowa LGD, profil społecznościowy, e- mail do gmin członkowskich z prośbą o zamieszczenie informacji na swoich stronach, artykuł prasowy, plakat	Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjnych – 2 szt.	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o kryteriach wyboru oraz zasadach wsparcia	0,00*
		Akcja informacyjno-		Strona internetowa LGD, profil	Liczba przekazanych	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców i członków LGD	0,00*

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

		promocyjna poświęcona przygotowaniu wniosków o płatność		społecznościowy	informacji - 3 szt.	w realizację LSR, aktywizacja i integracja mieszkańców obszaru LSR,	
	Monitorowanie i ewaluacja efektów działań partycypacyjnych oraz wzmocnienie wiarygodności i zaufania do LGD	Ewaluacja efektów działań komunikacyjnych	Członkowie LGD, mieszkańcy, podmioty, beneficjenci	Ankieta po doradztwie w biurze LGD, ankieta po szkoleniu, ankieta on-line, ankieta po warsztatach	Liczba uzyskanych ankiet – 20 szt.	Pozyskanie informacji zwrotnej na temat jakości świadczonego doradztwa, prowadzonych szkoleń	0,00*
		Kampania tzw. „Dobrych praktyk”		Strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, artykuł prasowy, biuletyn informacyjny	Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjnych – 2szt.	Upowszechnienie informacji na temat efektów realizacji LSR	400,00 euro EFRROW/EFS+/EFRR
2029	Konsultowanie propozycji zmian w LSR/ umożliwienie zgłaszania pomysłów i inicjatyw dotyczących realizacji LSR	Organizacja warsztatu refleksyjnego	Członkowie LSR, mieszkańcy oraz podmioty z obszaru LGD	komunikacja bezpośrednia- spotkanie stacjonarne lub on line	Liczba zorganizowanych warsztatów refleksyjnych – 1 szt.	Zaangażowanie członków oraz mieszkańców w ewaluację działań stowarzyszenia oraz realizację LSR	300,00 euro EFRROW
		Informowanie o propozycjach zmian w LSR (działanie w przypadku zaistnienia konieczności wprowadzenia zmian w LSR)		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, Forum Lokalne	Liczba przekazanych informacji- 1szt.	Poinformowanie mieszkańców i członków o zapisach LSR oraz proponowanych zmianach	0,00*

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

Monitorowanie i ewaluacja efektów działań partycypacyjnych oraz wzmocnienie wiarygodności i zaufania do LGD	Kampania tzw. „Dobrych praktyk”		Strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, artykuł prasowy	Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjnych – 1 szt.	Upowszechnienie informacji na temat efektów realizacji LSR	0,00*
Zachęcenie do składania wniosków w ramach LSR i poza LSR oraz animowanie do wdrażania projektów partnerskich oraz innowacyjnych	Akcja informacyjno-promocyjna poświęcona przygotowaniu wniosków o płatność	Podmioty oraz mieszkańcy, w szczególności osoby młode, seniorzy oraz osoby w niekorzystnej sytuacji	Strona internetowa LGD, profil społecznościowy	Liczba przekazanych informacji - 3 szt.	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców i członków LGD w realizację LSR, aktywizacja i integracja mieszkańców obszaru LSR,	0,00*

*w ramach kosztów zatrudnienia pracowników biura LGD