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 wzmacniania 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 poparciu 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.

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

podejmowanych działań. Szczególną rolę będą tu odgrywać coroczne spotkania refleksyjne w czasie których przedstawiciele społeczności będą mogli formułować rekomendacje odnośnie do zmian. Organem LGD odpowiedzialnym za ich wdrożenie jest Zarząd.

Decyzję o korygowaniu planu komunikacji podejmuje Zarząd. Decyzja musi być poprzedzona konsultacjami społecznymi, które obejmą co najmniej wysłanie do członków LGD informacji o proponowanych zmianach oraz umieszczenie informacji na ich temat na stronie internetowej.

Indykatywny **budżet** przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem **głównych kategorii wydatków** - **przy założeniu minimalizacji wydatków na gadżety reklamowe oraz publikacji wymagających druku.**

W planie komunikacji przewidziano stosowanie środków przekazu dostosowanych do potrzeb różnych grup odbiorców w uwzględnieniem obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI wynikających z art. 50 ust.1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez właściwe IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR. W większości przypadków postawiono na komunikację bezpośrednią (spotkania, szkolenia, doradztwo) oraz komunikację zapośredniczoną przez Internet (email, strony internetowe, media społecznościowe).W ramach projektowania poszczególnych działań i doboru środków przekazu zadbano o to, aby zminimalizować wydatki na gadżety reklamowe oraz publikacje wymagające druku zgodnie z interpretacją MRiRW. Oznacza to, że wydatki tego typu są dozwolone tylko w wyjątkowych okolicznościach, tzn. tylko wtedy, gdy nie jest możliwe dotarcie z odpowiednim przesłaniem do odbiorców w inny sposób, czyli każdy planowany wydatek tego typu będzie wymagał dodatkowego uzasadnienia.

Indykatywny budżet na przewidziane w planie komunikacji działania wynosi 15650,00 euro. Główne kategorie wydatków to:

1. Koszty organizacji spotkań bezpośrednich oraz szkoleń:
2. Koszty organizacji działań aktywizująco- integracyjnych np. warsztaty, konkursy
3. Koszty wydruku materiałów prasowych i drukowanych

Termin rok	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego – grupa docelowa	Środki przekazu	Planowane do osiągnięcia wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego	Planowane efekty działania komunikacyjnego	Planowany budżet działania komunikacyjnego ze wskazaniem głównych kategorii wydatków oraz źródła finansowania (fundusz: EFRROW, EFRR, EFS+).

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 niekorzystni sytuacji do zwiększenie 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 społeczności owy 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 w zakresie EFRROW/EFS+/ EFRR	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 obszaru, w	Organizowanie działań integracyjno-aktywizujących	Członkowie LGD, mieszkańcy obszaru, w szczególności	spotkania aktywizujące, konkursy, warsztaty	Liczba zorganizowanych działań aktywizacyjno-integracyjnych – 3	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców i członków LGD w realizację LSR, aktywizacja i integracja mieszkańców obszaru LSR, wzmocnienie	900,00 euro EFRROW

2025	szczególności osoby młode, seniorów i osoby w niekorzystni sytuacji do zwiększenie zaangażowania we wdrażanie LSR		osoby młode, seniorzy oraz osoby w niekorzystnej sytuacji		szt.	partnerstwa	
		Informowanie nt. bieżących działań LGD i efektów wdrażania LSR		e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, artykuły prasowy, biuletyn informacyjny, plakat	Liczba przekazanych informacji – 1 szt.	Poinformowanie o stopniu realizacji LSR oraz bieżących działaniach LGD	0,00 *
		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	Doradztwo w biurze LGD w zakresie EFRROW/EFS+/ EFRR	Podmioty oraz mieszkańcy, w szczególności osoby młode, seniorzy oraz osoby w niekorzystnej	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. Doradztwo w zakresie realizacji projektu i rozliczenia.	0,00*

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	projektów partnerskich oraz innowacyjnych	Organizowanie szkoleń dla potencjalnych beneficjentów	sytuacji	komunikacja bezpośrednia – szkolenia	Liczba zorganizowanych szkoleń – 5 szt.	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o sposobie przygotowania operacji w tym operacji innowacyjnych oraz w partnerstwie	300,00 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 i rozliczenia projektów	0,00 euro*
		Akcja informacyjno-promocyjna poświęcona przygotowaniu wniosków o płatność w ramach EFS+/EFRR		Strona internetowa LGD, profil społecznościowy	Liczba przekazanych informacji - 1 szt.		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	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/ EFS+/EFRR

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	LSR/umożliwienie 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 niekorzystni sytuacji do zwiększenie 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 prasowy, 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 członkowskich, artykuł prasowy,	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

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

				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 w zakresie EFRROW/EFS+/ EFRR	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. Doradztwo w zakresie realizacji projektu i rozliczenia.	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 i rozliczenia projektów	0,00*
		Akcja informacyjno-promocyjna poświęcona przygotowaniu		Strona internetowa LGD, profil społecznościowy	Liczba przekazanych informacji - 3 szt.		0,00*

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

		wniosków o płatność w ramach EFRROW/EFS+/EFRR					
	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 społeczności owy LGD, artykuł prasowy, biuletyn informacyjny	Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjnych – 1 szt.	Upowszechnienie informacji na temat efektów realizacji LSR	400,00 euro EFRROW
		Udział w imprezach/wydarzeniach lokalnych		Komunikacja bezpośrednia – stoisko informacyjne	Liczba zorganizowanych stoisk informacyjnych- 2 szt.		1000 euro 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/ EFS+/EFRR
		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		e-mail, strona internetowa LGD,	Liczba przekazanych	Poinformowanie o możliwości zgłaszania	0,00*

		inicjatyw/ pomysłów		profil społecznościowy LGD, fiszka	informacji- 1szt.	inicjatyw/pomysłów, aktywne włączenie członków LGD w realizację LSR	
	Aktywizacja i motywowano członków LGD i mieszkańców obszaru, w szczególności osoby młode, seniorów i osoby w niekorzystni sytuacji do zwiększenie 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 prasowy, 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 społeczności owy 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	Doradztwo w biurze LGD w zakresie	Podmioty oraz mieszkańcy, w	komunikacja bezpośrednia –	Liczba osób korzystających z	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o sposobie	0,00*

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	wniosków w ramach LSR i poza LSR oraz animowanie do wdrażania projektów partnerskich oraz innowacyjnych	EFRROW/EFS+/ EFRR	szczególności osoby młode, seniorzy oraz osoby w niekorzystnej sytuacji	konsultacje w biurze LGD	doradztwa– 70 osób	przygotowania operacji w tym operacji innowacyjnych oraz w partnerstwie. Doradztwo w zakresie realizacji projektu i rozliczenia.	
		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
		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 i rozliczenia projektów	0,00*
		Akcja informacyjno-promocyjna poświęcona przygotowaniu wniosków o płatność w ramach EFRROW/EFS+/EFRR		Strona internetowa LGD, profil społecznościowy	Liczba przekazanych informacji - 3 szt.		0,00*
	Monitorowanie i ewaluacja efektów działań partycypacyjnych oraz wzmocnienie wiarygodności i	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*

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	zaufania do LGD	Kampania tzw. „Dobrych praktyk”		Strona internetowa LGD, profil społeczności owy LGD, artykuł prasowy, biuletyn informacyjny	Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjnych – 2 szt.	Upowszechnienie informacji na temat efektów realizacji LSR	400,00 euro EFRROW
		Udział w imprezach/wydarzenia ch lokalnych		Komunikacja bezpośrednia – stoisko informacyjne	Liczba zorganizowanych stoisk informacyjnych- 2 szt.		1000 euro EFS+/EFRR
2028	Konsultowanie propozycji zmian w LSR/umożliwieni e 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/ EFS+/EFRR
		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,	Organizowanie działań integracyjno-aktywizujących	Członkowie LGD, mieszkańcy obszaru, w szczególności osoby młode, seniorzy oraz	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

	seniorów i osoby w niekorzystni sytuacji do zwiększenie zaangażowania we wdrażanie LSR	Informowanie nt. bieżących działań LGD i efektów wdrażania LSR	osoby w niekorzystnej sytuacji	e-mail, strona internetowa LGD, profil społecznościowy LGD, artykuły prasowy, biuletyn informacyjny, plakat	Liczba przekazanych informacji- 2szt.	Poinformowanie o stopniu realizacji LSR oraz bieżących działaniach LGD	0,00*
		Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR		e-mail, strona internetowa LGD, profil społeczności owy 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*
		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 w zakresie EFRROW/EFS+/ EFRR	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. Doradztwo w zakresie realizacji projektu i rozliczenia.	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

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

		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 i rozliczenia projektów	0,00*
		Akcja informacyjno-promocyjna poświęcona przygotowaniu wniosków o płatność w ramach EFRROW/EFS+/EFRR		Strona internetowa LGD, profil społecznościowy	Liczba przekazanych informacji - 3 szt.		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 – 20 szt.	Pozyskanie informacji zwrotnej na temat jakości świadczonego doradztwa, prowadzonych szkoleń	0,00*
		Kampania tzw. „Dobrych praktyk”		Strona internetowa LGD, profil społeczności owy LGD, artykuł prasowy, biuletyn informacyjny	Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjnych – 2szt.	Upowszechnienie informacji na temat efektów realizacji LSR	400,00 euro EFRROW/EFS+/ EFRR
		Udział w imprezach/wydarzeniach lokalnych		Komunikacja bezpośrednia – stoisko informacyjne	Liczba zorganizowanych stoisk informacyjnych- 2 szt.		1000 euro EFS+/EFRR

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

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*
	Monitorowanie i ewaluacja efektów działań partycypacyjnych oraz wzmocnienie wiarygodności i zaufania do LGD	Kampania tzw. „Dobrych praktyk”	Członkowie LSR, mieszkańcy oraz podmioty z obszaru LGD	Strona internetowa LGD, profil społeczności owy LGD, artykuł prasowy	Liczba przeprowadzonych kampanii informacyjnych – 1 szt.	Upowszechnienie informacji na temat efektów realizacji LSR	0,00*
		Udział w imprezach/wydarzenia ch lokalnych		Komunikacja bezpośrednia – stoisko informacyjne	Liczba zorganizowanych stoisk informacyjnych- 2 szt.		1000 euro EFS+/EFRR
		Organizacja konferencji		Komunikacja bezpośrednia – konferencja	Liczba zorgaanizowanych wydarzeń – 1 szt.		5000 euro EFS+/EFRR
	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 w ramach EFRROW	Podmioty oraz mieszkańcy, w szczególności osoby młode, seniorzy oraz osoby w niekorzystnej sytuacji	Strona internetowa LGD, profil społecznościowy	Liczba przekazanych informacji - 1 szt.	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o kryteriach wyboru oraz zasadach wsparcia i rozliczenia projektów	0,00*
		Doradztwo w biurze LGD w zakresie EFRROW/EFS+/ EFRR		komunikacja bezpośrednia – konsultacje w biurze LGD	Liczba osób korzystających z doradztwa– 30 osób		0,00*

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

*w ramach kosztów zatrudnienia pracowników biura LGD