

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 oraz 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, w partnerstwie 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 uwzględni 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.

Działania komunikacyjne:

- 1. Wzmocnienie partnerstwa i współpracy**
- 2. Kompleksowa obsługa projektów**
- 3. Partycypacyjny oraz inkluzywny charakter wdrażania LSR**
- 4. Wsparcie grup w niekorzystnej sytuacji**

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.

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

Najważniejszym elementem planu komunikacyjnego jest zamieszczona w nim tabela nr 1. 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 (wraz z jednostką miary);
- 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.

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.

Działania komunikacyjne:

1. Wzmacnianie partnerstwa i współpracy

Grupy docelowe: członkowie LGD , Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy, grupy nieformalne, rolnicy

Środek przekazu: komunikacja bezpośrednia, fiszki z pomysłami na działania, strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR, ankieta, telefon, e-mail, komunikatory internetowe, szkolenie

2. Kompleksowa obsługa projektów

Grupy docelowe:

Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy, rolnicy

Środek przekazu: szkolenia , spotkania informacyjne, strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR, komunikacja bezpośrednia, telefon, e-mail, komunikatory internetowe

3. Partycypacyjny oraz inkluzywny charakter wdrażania LSR

Grupy docelowe:

Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy, rolnicy

Środek przekazu: ankieta, strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR, komunikacja bezpośrednia, komunikatory internetowe, monitoring i ewaluacja

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

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.

4. Wsparcie grup w niekorzystnej sytuacji

Grupy docelowe:

Osoby w niekorzystnej sytuacji: osoby poniżej 25 r.ż., seniorzy (osoby powyżej 60 r.ż.), osoby niepełnosprawne

Środek przekazu: Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR, Spotkania informacyjne, plakat

Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych.

1. Ilość stron www ze stałą zakładką kompleksowo informującą o dofinansowaniach oraz działaniach LGD: 1 strona www

Na stronie: Stała zakładka do internetowego zgłaszania oraz konsultacji, komunikacji ze społeczeństwem i monitorowania: pomysłów na projekty własne lub grantowe, pomysłów na lepsze wdrażanie LSR, propozycji zmian w LSR

Strona www będzie promowana, upowszechniana oraz pozycjonowana po to by stała się swoistą platformą nie tylko informacyjną ale również wymiany informacji i otrzymywania informacji zwrotnych od społeczeństwa.

2. Ilość miejsc świadczących doradztwo: 1 biuro świadczące doradztwo w czasie zgodnym z regulaminem

Stałe jasne godziny urzędowania, oraz centralny dostęp do biura gwarantują zabezpieczenie spraw wnioskodawców (stała pomoc) oraz wymianę informacji.

3. Ilość porad udzielonych potencjalnym beneficjentom: minimum 600 szt.

Porady mają na celu poinformowanie mieszkańców obszaru o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny; zachęcenie potencjalnych beneficjentów do realizacji operacji innowacyjnych i projektów partnerskich.

4. Ilość warsztatów refleksyjnych: 6 szt.

Pierwsze warsztaty zostaną zorganizowane w 2024 roku na początku okresu programowania po to by zebrać jak najwięcej pomysłów dotyczących nowego okresu, jak również żeby rozpocząć prace na wspólnymi projektami, pomysłami na granty czy inne inicjatywy. Pierwsze spotkanie również ma na celu kompleksowe zapoznanie z założeniami nowego okresu programowania oraz z założeniami nowego LSR, jak również dają możliwość do wprowadzenia pierwszych zmian czy przemyśleń.

Kolejne warsztaty w 2025 i 2026 roku służą przedstawieniu dotychczasowych efektów, redefiniowaniu założeń, wprowadzaniu ulepszeń

Warsztat w 2027 ma być bardzo ważnym warsztatem ukazującym co zostało zrobione i weryfikującym kierunki i działania – jest to ostatni czas w którym mogą zostać przeprowadzone konkretne zmiany we wdrażaniu LSR mające na celu skuteczną realizację strategii. W latach 2028 i 2029 przeprowadzone zostaną warsztaty refleksyjne w celu podsumowania stanu wdrażania LSR.

5. Ilość spotkań integrujących: 20 szt.

Spotkania na które zostaną zaproszeni przedstawiciele wszystkich trzech sektorów po to by wyłonić ciekawe pomysły na wspólne projekty, nawiązać i zacieśnić współpracę wewnętrzną, wymienić się informacjami o potencjalnych zasobach i możliwości wzajemnego ubogacania się. Poinformowanie o możliwości realizacji działań na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji, młodych i seniorów. Poinformowanie o zasadach przyznania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny.

6. Ilość szkoleń: 12 szt.

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

Szkolenia mające na celu kompleksową obsługę wnioskodawców, wzrost jakości i poprawności składanych wniosków, poprawa realizacji projektów, poprawne rozliczanie projektów mające na celu edukację w zakresie opracowania, realizacji oraz rozliczania wniosków o dofinansowanie składanych w LGD. Informowanie o możliwościach pozyskiwania środków finansowych, realizacji projektów partnerskich, o sposobach przygotowania operacji innowacyjnych.

7. Ilość rocznych raportów podsumowujących pomysły członków LGD oraz mieszkańców: 12 szt.

Raporty powstaną na podstawie zebranych fiszek z pomysłami.

8. Ilość raportów ewaluacyjnych: 6 szt.

Raporty mają na celu ewaluację oraz korygowanie działań LGD oraz procesu wdrażania LSR, podsumowanie pomysłów zgłaszanych przez członków LGD, podmioty nie będące członkami LGD. Dodatkowo raporty ewaluacyjne stanowią narzędzie monitorowania wdrażania LSR.

9. Ilość Artykułów: 44 szt.

Artykuły mają na celu informowanie mieszkańców o zapisach LSR i efektach realizacji LSR, innowacyjnych projektach, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji kryteriach oceny.

10. Ankieta: 150 szt.

Ankiety mają na celu pozyskanie informacji zwrotnej na temat jakości świadczonego doradztwa oraz działań LGD.

11. Plakat: 6 szt.

Plakaty będą kierowane do osób starszych, podmiotów realizujących operacje dedykowane seniorom oraz osobom w niekorzystnej sytuacji.

12. Rejestr podmiotów zainteresowanych realizacją projektów partnerskich: 1 szt.

Rejestr aktualizowany sukcesywnie, dostępny na stronie internetowej LGD w celu informowania podmiotów zainteresowanych realizacją projektów partnerskich.

13. Liczba imprez w gminach z obszaru LGD: 16 szt.

Imprezy mają na celu zwiększenie rozpoznawalności LGD i poinformowanie o efektach realizacji LSR.

14. Liczba publikacji foto/audio/video prezentujących działalność LGD: 60 szt.

Mają na celu zwiększenie rozpoznawalności LGD i poinformowanie o efektach realizacji LSR.

15. Wydawnictwo promujące projekty partnerskie: 1 szt.

16. Ilość udzielonego doradztwa: 50 szt.

Doradztwo prowadzone w celu zachęcenia potencjalnych beneficjentów do realizacji projektów partnerskich z lokalnymi i/lub ponadlokalnymi partnerami oraz poinformowanie o zasadach ich realizacji.

17. Wizyty studyjne organizowane w celu prezentacji dobrych praktyk w ramach realizacji projektów partnerskich, nawiązania kontaktów z potencjalnymi lokalnymi i/lub ponadlokalnymi partnerami projektów partnerskich: **3 szt.**

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

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

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 przekazu.

Budżet przewidziany na realizację planu komunikacji to 300 000 euro, źródło finansowania fundusz EFRROW, EFRR i EFS+.

Kategorie wydatków:

- organizacja spotkań (wynajem sal, sprzętu, opłata za przejazd, pobyt uczestników, catering, koszty wykładowców/koordynatorów, koszty organizacyjne),
- utrzymanie strony internetowej (domena i hosting),
- koszt publikacji w mediach,
- koszt działań promocyjnych
- koszt druku plakatów
- koszt produkcji publikacji foto/audio/video
- koszt wydania publikacji dotyczącej projektów partnerskich
- koszt realizacji wizyt studyjnych

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 większości przypadków postawiono na komunikację bezpośrednią (spotkania, szkolenia, doradztwo) oraz komunikację zapośredniczoną przez Internet (email, komunikatory internetowe, strony internetowe, media społecznościowe). W ramach projektowania poszczególnych działań i doboru środków przekazu zadbano o to, aby wyeliminować wydatki na gadżety reklamowe oraz zminimalizować wydatki na 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.

Budżet przewidziany na realizację planu komunikacji to 320 000 euro, źródło finansowania fundusz EFRROW.

Kategorie wydatków:

- organizacja spotkań (wynajem sal, sprzętu, opłata za przejazd, pobyt uczestników, catering, koszty wykładowców/koordynatorów, koszty organizacyjne),
- utrzymanie strony internetowej (domena i hosting),
- koszt publikacji w mediach,
- koszt działań promocyjnych
- koszt druku plakatów
- koszt produkcji publikacji foto/audio/video
- koszt wydania publikacji dotyczącej projektów partnerskich
- koszt realizacji wizyt studyjnych



Tabela nr 1

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+).
2024-2027	Motywowanie do wspólnego działania na rzecz rozwoju obszaru	Wzmacnianie partnerstwa i współpracy	Członkowie LGD, mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy, grupy nieformalne	Komunikacja bezpośrednia	Liczba zrealizowanych warsztatów refleksyjnych, jednostka miary: warsztat (6)	zaangażowanie członków LGD w ewaluację działań Stowarzyszenia oraz wypracowanie nowych pomysłów na działania	60 000 EUR Organizacja spotkań (wynajem sal, sprzętu, opłata za przejazd, pobyt uczestników, catering, koszty wykładowców/koordynatorów, koszty organizacyjne), utrzymanie strony internetowej (domena i hosting), koszt publikacji w mediach, koszt wydania publikacji, koszt realizacji wizyt studyjnych
				Fiszki z pomysłami na działania	Liczba rocznych raportów podsumowujących pomysły zgłoszone przez członków LGD, Jednostka miary: raport (6)	włączenie członków LGD w poszukiwanie nowych sposobów działania Stowarzyszenia	
				Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów informujących o zapisach LSR opublikowanych na stronie internetowej LGD, Jednostka miary: artykuł (15)	poinformowanie mieszkańców o zapisach LSR i efektach realizacji LSR	

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

				Ankieta	Liczba ankiet wypełnionych przez mieszkańców obszaru, Jednostka miary: ankieta (100)	pozyskanie informacji zwrotnej na temat działań LGD	źródło finansowania: EFROW, EFRR, EFS+ (w proporcjach odpowiednio: 50%, 25%, 25%)
				Fiszki z pomysłami na działania	Liczba rocznych raportów podsumowujących pomysły zgłoszone przez mieszkańców obszaru nie będących członkami LGD, Jednostka miary: raport (6)	włączenie mieszkańców obszaru LGD w poszukiwanie nowych sposobów działania Stowarzyszenia	
				Komunikacja bezpośrednia, telefon, e-mail, komunikatory internetowe	Liczba porad udzielonych potencjalnym beneficjentom, Jednostka miary: porada (100)	zachęcenie potencjalnych beneficjentów do realizacji projektów partnerskich	
				Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych	Liczba zamieszczonych na stronie internetowej rejestrów podmiotów z obszaru LGD zainteresowanych realizacją projektów partnerskich, Jednostka miary: rejestr (1)	ułatwienie podmiotom z obszaru LSR realizacji projektów partnerskich	
				Szkolenie	Liczba szkoleń dla potencjalnych beneficjentów, Jednostka miary: szkolenie (5)	poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwości realizacji projektów partnerskich	
				Wydawnictwo promujące projekty partnerskie	Liczba publikacji promujących projekty partnerskie Jednostka miary: publikacja (1)	promocja projektów partnerskich, prezentacja dobrych praktyk oraz mechanizmów finansowania projektów spoza LSR	
				Doradztwo	Liczba porad udzielonych potencjalnym	zachęcenie potencjalnych beneficjentów do realizacji	

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

					beneficjentom, Jednostka miary: porada (50)	projektów partnerskich z lokalnymi i/lub ponadlokalnymi partnerami	
				Wizyty studyjne	Liczba wizyt studyjnych Jednostka miary: wizyta (3)	prezentacja dobrych praktyk w ramach realizacji projektów partnerskich, nawiązanie kontaktów z potencjalnymi lokalnymi i/lub ponadlokalnymi partnerami projektów partnerskich	
2024-2029	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny. Animowanie społeczności do wdrażania innowacji. Przygotowanie beneficjentów do poprawnego wypełniania dokumentacji konkursowej.	Kompleksowa obsługa projektów	Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy, rolnicy	Szkolenie	Liczba szkoleń dla potencjalnych beneficjentów, Jednostka miary: szkolenie (7)	poinformowanie potencjalnych beneficjentów o sposobach przygotowania operacji innowacyjnych zgodnych z LSR, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny	50 000 EUR Organizacja spotkań (wynajem sal, sprzętu, opłata za przejazd, pobyt uczestników, catering, koszty wykładców/koordynatorów, koszty organizacyjne), utrzymanie strony internetowej (domena i hosting), koszt publikacji w mediach, źródło finansowania: EFRROW, EFRR, EFS+ (w proporcjach odpowiednio: 50%, 25%, 25%)
				Spotkanie informacyjne	Liczba spotkań dla mieszkańców gmin z obszaru LSR, Jednostka miary: spotkanie (6)	poinformowanie mieszkańców obszaru o możliwości realizacji operacji innowacyjnych w ramach wdrażania LSR, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny	
				Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o innowacyjnych operacjach w ramach realizacji LSR, o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny. Jednostka miary: artykuł (10)	upowszechnianie informacji na temat innowacji implementowanych na obszarze LSR, o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny	

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

				Komunikacja bezpośrednia, telefon, e-mail, komunikatory internetowe	Liczba porad udzielonych potencjalnym beneficjentom, Jednostka miary: porada (500)	zachęcenie potencjalnych beneficjentów do realizacji operacji innowacyjnych, poinformowanie mieszkańców obszaru o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny	
2024-2029	Konsultowanie zmian w LSR, ewaluacja i monitoring oraz zachęcanie do zaangażowania we wdrażanie LSR.	Partycypacyjny oraz inkluzywny charakter wdrażania LSR	Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy, rolnicy	Ankieta	Liczba ankiet oceniających jakość porad wypełnionych przez osoby z nich korzystające Jednostka miary: ankieta (50)	pozyskanie informacji zwrotnej na temat jakości świadczonego doradztwa	155 000 EUR Koszt działań promocyjnych utrzymanie strony internetowej (domena i hosting), koszt publikacji w mediach źródło finansowania: EFRROW, EFRR, EFS+ (w proporcjach odpowiednio: 50%, 25%, 25%)
				Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o efektach realizacji, Jednostka miary: artykuł (15)	upowszechnianie informacji na temat efektów realizacji LSR	
				Komunikacja bezpośrednia	Liczba imprez w gminach z obszaru LSR, na których prezentowano LGD Jednostka miary: impreza (16)	zwiększenie rozpoznawalności LGD i poinformowanie o efektach realizacji LSR	
				Komunikatory internetowe	Liczba publikacji prezentujących działalność LGD Jednostka miary: publikacja foto/audio/video: (60)	zwiększenie rozpoznawalności LGD i poinformowanie o efektach realizacji LSR	
				Monitoring i ewaluacja	Liczba raportów ewaluacyjnych,	Poinformowanie o stanie wdrażania LSR	

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

					Jednostka miary: raport ewaluacyjny (6)		
2024-2029	Wsparcie osób w niekorzystnej sytuacji: Osób niepełnosprawnych Osób młodych poniżej 25rż Osób powyżej 60 rż	Wsparcie grup w niekorzystnej sytuacji	Osoba do 25 roku życia	Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o operacjach aktywizujących osoby młode, Jednostka miary: artykuł (3)	upowszechnianie informacji na temat zaangażowania osób młodych w realizację LSR	35 000 EUR Organizacja spotkań (wynajem sal, sprzętu, opłata za przejazd, pobyt uczestników, catering, koszty wykładowców/koordynatorów, koszty organizacyjne), utrzymanie strony internetowej (domena i hosting), koszt publikacji w mediach, koszt druku źródło finansowania: EFRROW, EFRR, EFS+ (w proporcjach odpowiednio: 50%, 25%, 25%)
				Spotkania informacyjne	Liczba spotkań dla organizacji działających na rzecz osób młodych w gminach obszaru LGD, Jednostka miary: spotkanie (3)	poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz osób młodych	
			Osoba powyżej 60 roku życia	Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o operacjach aktywizujących seniorów, Jednostka miary: artykuł (3)	upowszechnianie informacji na temat zaangażowania seniorów w realizację LSR	
				Spotkania informacyjne	Liczba spotkań dla organizacji działających na rzecz seniorów w gminach obszaru LGD, Jednostka miary: spotkanie (3)	poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz seniorów	
				Plakat	Liczba plakatów informujących o możliwości realizacji operacji na rzecz osób	poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz seniorów	

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

					starszych wywieszonych w siedzibach podmiotów działających na obszarze LSR, Jednostka miary: plakat (3)	
			Osoby w niekorzystnej sytuacji	Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o operacjach na rzecz osób niepełnosprawnych Jednostka miary: artykuł (3)	upowszechnianie informacji na temat wsparcia udzielonego osobom z grupy w niekorzystnej sytuacji
				Spotkania informacyjne	Liczba spotkań dla organizacji działających na rzecz kobiet w gminach obszaru LGD, Jednostka miary: spotkanie (8)	poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz osób z grupy w niekorzystnej sytuacji
				Plakat	Liczba plakatów informujących o możliwości realizacji operacji na rzecz osób niepełnosprawnych, Jednostka miary: plakat (3)	poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz osób z grupy w niekorzystnej sytuacji