

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 ~~badan ewaluacyjnych podsumowujacych realizacje 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 (**osoby niepełnosprawne**), 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 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.

Cele główne Planu komunikacji:

- 1. Motywowanie do wspólnego działania na rzecz rozwoju obszaru.**
- 2. Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny. Animowanie społeczności do wdrażania innowacji. Przygotowanie beneficjentów do poprawnego wypełniania dokumentacji konkursowej. Promocja działań LGD zachęcająca do składania wniosków – dobre praktyki.**
- 3. Konsultowanie zmian w LSR, ewaluacja i monitoring oraz zachęcanie do zaangażowania we wdrażanie LSR.**
- 4. Wsparcie dla osób niepełnosprawnych, osób młodych poniżej 25 roku życia, osób powyżej 60 roku życia.**

Działania komunikacyjne:

Komentarz [U1]: Dodano treść

Komentarz [U2]: Dodano treść

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

1. Wzmacnianie partnerstwa i współpracy.
2. Kompleksowa obsługa projektów.
3. Partycypacyjny oraz inkluzywny charakter wdrażania LSR.
5. ~~Wsparcie grup w niekorzystnej sytuacji.~~ 4. ~~Wsparcie dla osób niepełnosprawnych, osób młodych poniżej 25 roku życia, osób powyżej 60 roku życia.~~

Komentarz [U3]: Skorygowano zapis

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 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~~, ~~spotkanie informacyjno-konsultacyjne~~, ~~komunikacja bezpośrednia~~.

Komentarz [U4]: Dodano treść

2. Kompleksowa obsługa projektów.

Grupy docelowe: mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy, rolnicy.

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

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

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**.

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. Dla osób niepełnosprawnych, osób młodych poniżej 25 roku życia i osób powyżej 60 roku życia.**

Grupy docelowe: **osoby w niekorzystnej sytuacji**, osoby młode poniżej 25 roku życia, **seniorzy** (osoby powyżej 60 roku życia)- osoby niepełnosprawne.

Środek przekazu: strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR, spotkania informacyjne, plakat.

Komentarz [U5]: Dodano treść

Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych.

1. ~~Hość 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 pozycejonowana po to by stała się swoistą platformą nie tylko informacyjną ale również wymiany informacji i otrzymywania informacji zwrotnych od społeczeństwa.

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

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

3. ~~Hość 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. ~~Hość 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. ~~Hość spotkań integrujących: 20 szt.~~

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

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. Hość szkoleń: 12 szt.

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

Raporty powstaną na podstawie zebranych fiszek z pomysłami.

8. Hość 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. Hość 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 materiałów foto/audio/video: 250 szt.

Zaplanowano publikację materiałów foto/audio/video, realizowanych w odniesieniu do wszystkich celów komunikacyjnych. Mają one na celu motywowanie do wspólnego działania, zwiększenie rozpoznawalności LGD i poinformowanie o efektach realizacji LSR, informowanie o naborach, prezentacja projektów i dobrych praktykach, aktywizacja osób w niekorzystnej sytuacji, młodych (do 25 r.ż.) i seniorów (powyżej 60 r.ż.).

15. Wydawnictwo promujące projekty partnerskie: 1 szt.

16. Hość 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.

1.Artykuły mają na celu informowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR, upowszechnianie informacji na temat efektów realizacji LSR, upowszechnianie informacji na temat

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

innowacji, o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny, poinformowanie mieszkańców obszaru LGD o możliwości realizacji działań na rzecz osób młodych, upowszechnianie informacji na temat wsparcia na rzecz osób niepełnosprawnych. **Wartość wskaźnika: 24 szt.**

2. Ankiety mają na celu włączenie mieszkańców obszaru LGD w poszukiwanie nowych sposobów działania Stowarzyszenia oraz pozyskanie informacji zwrotnej na temat działań LGD, pozyskanie informacji zwrotnej na temat jakości świadczonego doradztwa i porad. **Wartość wskaźnika: 420 szt.**

3. Porady mają na celu poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwości realizacji projektów partnerskich, grantowych, operacji własnych. **Wartość wskaźnika: 72 szt**

4. Rejestr podmiotów z obszaru LGD zainteresowanych realizacją projektów partnerskich ma na celu ułatwienie podmiotom z obszaru LGD realizację projektów partnerskich. **Wartość wskaźnika: 1 szt.**

5. Spotkania informacyjno-konsultacyjne i informacyjne mają na celu poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwości realizacji projektów partnerskich, poinformowanie mieszkańców obszaru o możliwości realizacji operacji innowacyjnych w ramach wdrażania LSR, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny, poinformowanie mieszkańców obszaru LGD o możliwości realizacji działań na rzecz seniorów. **Wartość wskaźnika: 10 szt.**

6. Imprezy mają na celu zwiększenie rozpoznawalności LGD i poinformowanie o efektach realizacji LSR. **Wartość wskaźnika: 11 szt.**

7. Raport ewaluacyjny ma na celu poinformowanie o stanie wdrażania LSR. **Wartość wskaźnika: 6 szt.**

8. Warsztat refleksyjny ma na celu zaangażowanie mieszkańców obszaru i członków LGD w ewaluację działań Stowarzyszenia oraz wypracowanie nowych pomysłów na działania. **Wartość wskaźnika: 6 szt.**

9. Doradztwo prowadzone będzie w celu poinformowania potencjalnych beneficjentów do realizacji operacji innowacyjnych, poinformowanie mieszkańców obszaru o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny. **Wartość wskaźnika: 600 szt.**

10. Plakat ma na celu poinformowanie mieszkańców obszaru LGD o możliwości realizacji działań na rzecz seniorów. **Wartość wskaźnika: 3 szt.**

Komentarz [U6]: Skorygowano treść zgodnie z aktualizacją tabeli nr 1

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~~ ankiety. 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~~ ma na celu zwiększenie efektywności zaplanowanej komunikacji, obserwację skuteczności wymiany informacji w stosunku do wszystkich grup docelowych, a w konsekwencji bieżące dostosowywanie środków przekazu w celu osiągnięcia optymalnej efektywności w komunikacji. W ten sposób identyfikowane będą ewentualne przyczyny nieskuteczności planu komunikacji, co z kolei umożliwi wprowadzanie działań zaradczych. ~~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~~

Komentarz [U7]: Dodano treść

Komentarz [U8]: Dodano treść

Komentarz [U9]: Skorygowano treść

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

~~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 160 000 euro, źródło finansowania fundusz EFRROW, EFRR i EFS+.

Kategorie wydatków:

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

Indykatorywny **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.~~ Większość kosztów realizacji planu komunikacji poniesionych zostanie w ramach etatów pracowników biura Stowarzyszenia „Wrota Karpat”.

Budżet przewidziany na realizację Planu komunikacji ~~to~~ wynosi 320 000 euro | 12 875 EUR. źródło finansowania fundusz EFRROW, EFRR i EFS+.

Kategorie wydatków:

- ~~- organizacja i prowadzenie spotkań (wynajem sal, sprzętu, opłata za przejazd, pobyt uczestników, catering, koszty wykładowe/koordynatorów, koszty organizacyjne);~~
- ~~- utrzymanie strony internetowej (domena i hosting)~~ informacyjno-konsultacyjnych i warsztatów refleksyjnych – koszty w ramach etatów pracowników
- ~~- koszt publikacji w mediach;~~
- ~~- koszt działań promocyjnych~~
- ~~– koszt druku plakatów~~
- ~~– koszt produkcji i publikacji materiałów foto/audio/video~~
- ~~– koszt wydania publikacji dotyczącej projektów partnerskich~~
- ~~– koszt realizacji wizyt studyjnych (przejazd, wyżywienie, nocleg, wynagrodzenie prowadzącego spotkania)~~
- ~~- uczestnictwo w imprezach w celu promocji działań LGD – koszty w ramach etatów pracowników~~
- ~~- opracowanie materiałów merytorycznych (artykuły, rejestr, ankiety i podsumowanie ankiet, materiały promocyjne, ewaluacja wewnętrzna, plakat) – koszty w ramach etatów pracowników~~
- ~~- zamieszczanie materiałów merytorycznych na stronie www Stowarzyszenia – koszty w ramach etatów pracowników~~

Komentarz [U10]: Dodano treść

Komentarz [U11]: Skorygowano wartość budżetu zgodnie z tabelą nr 1

Komentarz [U12]: Dodano treść

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

- doradztwo bezpośrednie, telefoniczne, mailowe, porady – koszty w ramach etatów pracowników

Komentarz [U13]:

Komentarz [U14R13]: Dodano treść

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: EFROW, EFRR, EFS+).
2024-2027 ⁹	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	40 000 i 102,50 EUR Organizacja spotkań (wynajem sali, sprzętu, opłata za przejazd, pobyt uczestników, catering, koszty wykładowe/koordynatorów, koszty organizacyjne), utrzymanie strony internetowej (domena i hosting), koszt publikacji w mediach, koszt wydania publikacji, koszt realizacji wizyt studyjnych, koszt
				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)(6)	poinformowanie mieszkańców o zapisach LSR i efektach realizacji LSR	

Komentarz [U16]: skorygowano zapis

Komentarz [U15]: usunięto

Komentarz [U19]: usunięto

Komentarz [U20]: usunięto zapis

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

			Ankieta	Liczba ankiet wypełnionych przez mieszkańców obszaru, Jednostka miary: ankieta (100) (300)	włączenie mieszkańców obszaru LGD w poszukiwanie nowych sposobów działania Stowarzyszenia oraz pozyskanie informacji zwrotnej na temat działań LGD	produkcji materiałów foto/audio/video Koszty w ramach etatów (opracowanie merytoryczne artykułu, zamieszczenie na stronie, opracowanie ankiety, wprowadzenie na stronę www, podsumowanie coroczne, utworzenie rejestru i coroczna aktualizacja, organizacja spotkania)	Komentarz [U21]: dodano zapis
			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		Komentarz [U22]: usunięto
			Komunikacja bezpośrednia, telefon, e-mail, komunikatory internetowe	Liczba porad udzielonych potencjalnym beneficjentom, Jednostka miary: porada (100) (72)	zachęcenie poinformowanie potencjalnych beneficjentów do realizacji projektów partnerskich, grantowych, operacji własnych		Komentarz [U23]: skorygowano zapis Komentarz [U17]: wprowadzono skorygowany opis kosztów
			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	źródło finansowania: EFRROW, EFRR, EFS+ (w proporcjach odpowiednio: 50%, 25%, 25% 70%, 15%, 15%)	Komentarz [U24]: dodano zapis Komentarz [U18]: skorygowano zapis
			Szkolenie Spotkanie informacyjno-konsultacyjne	Liczba szkoleń spotkań dla potencjalnych beneficjentów, Jednostka miary: szkolenie spotkanie (5) (1)	poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwości realizacji projektów partnerskich		Komentarz [U26]: skorygowano zapis
			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		Komentarz [U25]: skorygowano zapis Komentarz [U27]: skorygowano zapis
			Doradztwo	Liczba doradztwa w celu poinformowania o	zachęcenie potencjalnych beneficjentów do realizacji		Komentarz [U28]: usunięto

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

					zasadach realizacji i projektów partnerskich Jednostka miary: doradztwo (50)	projektów partnerskich z lokalnymi i/lub ponadlokalnymi partnerami		
				Komunikatory internetowe	Liczba materiałów foto/audio/video motywujących do wspólnego działania Jednostka miary: materiał foto/audio/video: (55)	zwiększenie rozpoznawalności LGD i motywowanie do wspólnego działania	Komentarz [U29]: usunięto	
				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	Komentarz [U30]: usunięto	
2024-2029	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny. Animowanie społeczności do wdrażania innowacji.	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	45 000 EUR Organizacja spotkań (wynajem sal, sprzętu, opłata za przejazd, pobyt uczestników, catering, koszty wykładowców/koordinatorów, koszty organizacyjne), utrzymanie strony internetowej (domena i hosting), koszt publikacji w	Komentarz [U31]: usunięto
				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		

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	Przygotowanie beneficjentów do poprawnego wypełniania dokumentacji konkursowej. Promocja działań LGD zachęcająca do składania wniosków – dobre praktyki			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) (6)	upowszechnianie informacji na temat innowacji implementowanych na obszarze LSR, o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny	mediach, koszt produkcji materiałów foto/audio/video źródło finansowania: EFRROW, EFRR, EFS+ (w proporcjach odpowiednio: 50%, 25%, 25%)
				Komunikacja bezpośrednia, telefon, e-mail, komunikatory internetowe Doradztwo	Liczba porad doradztwa w celu poinformowania o zasadach realizacji projektów udzielonych potencjalnym beneficjentom . Jednostka miary: porada (500)	zachęcenie poinformowanie potencjalnych beneficjentów do realizacji operacji innowacyjnych, poinformowanie mieszkańców obszaru o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny	
				Komunikatory internetowe	Liczba materiałów foto/audio/video prezentujących działalność LGD, informujących o naborach projektów i dobrych praktykach Jednostka miary: materiał foto/audio/video: (140)	zwiększenie rozpoznawalności LGD, poinformowanie o efektach realizacji LSR; informowanie o naborach, prezentacja projektów i dobrych praktykach	
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,	Ankieta	Liczba ankiet oceniających jakość porad i doradztwa wypełnionych przez osoby z nich korzystające Jednostka miary: ankieta (50) (120)	pozyskanie informacji zwrotnej na temat jakości świadczonego doradztwa i porad	45 000 8 240 EUR Koszt działań promocyjnych utrzymanie strony internetowej (domena i hosting);
				Strona internetowa, profil w	Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o efektach	upowszechnianie informacji na temat efektów realizacji LSR	

Komentarz [U32]: skorygowano zapis

Komentarz [U35]: skorygowano zapis

Komentarz [U34]: skorygowano zapis

Komentarz [U33]: skorygowano zapis

Komentarz [U36]: usunięto

Komentarz [U37]: skorygowano zapis

Komentarz [U40]: skorygowano zapis

Komentarz [U39]: skorygowano zapis

Komentarz [U38]: skorygowano zapis

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

			przedsiębiorcy, rolnicy	mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	realizacji, Jednostka miary: artykuł (15) (6)		koszt publikacji w mediach, koszt produkcji materiałów foto/audio/video Koszty w ramach etatów (opracowanie merytoryczne ankiety oraz cykliczne opracowanie jej podsumowania, opracowanie merytoryczne artykułu zamieszczenie na stronie, opracowanie merytoryczne materiałów promocyjnych na imprezy oraz udzielanie informacji w trakcie imprezy, zebranie i podsumowanie danych do corocznej ewaluacji, przygotowanie i prowadzenie corocznych warsztatów refleksyjnych) Koszty zewnętrzne (opracowanie 2 szt. ewaluacji zewnętrznej, utrzymanie strony internetowej - domena i hosting)	Komentarz [U43]: skorygowano zapis
			Komunikacja bezpośrednia	Liczba imprez w gminach z obszaru LSR, na których prezentowano LGD Jednostka miary: impreza (16) (11)	zwiększenie rozpoznawalności LGD i poinformowanie o efektach realizacji LSR			Komentarz [U44]: skorygowano zapis
			Komunikatory internetowe	Liczba materiałów foto/audio/video prezentujących działalność LGD Jednostka miary: materiał foto/audio/video: (40)	zwiększenie rozpoznawalności LGD i poinformowanie o efektach realizacji LSR			Komentarz [U45]: usunięto
			Monitoring i ewaluacja	Liczba raportów ewaluacyjnych, Jednostka miary: raport ewaluacyjny (6)	Poinformowanie o stanie wdrażania LSR		źródło finansowania: EFRROW, EFRR, EFS+ (w proporcjach odpowiednio: 50%, 25%,	Komentarz [U41]: skorygowano treść

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

							25%, 70%, 15%, 15%)	Komentarz [U42]: skorygowano treść
2024-2029	Wsparcie osób w niekorzystnej sytuacji: Osób niepełnosprawnych Osób młodych poniżej 25 roku życia Osób powyżej 60 roku życia	Wsparcie grup w niekorzystnej sytuacji Wsparcie osób niepełnosprawnych Osób młodych poniżej 25 roku życia Osób powyżej 60 roku życia	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	30-000 517,50EUR	Komentarz [U47]: skorygowano zapis
				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	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, koszt produkcji materiałów foto/audio/video	Komentarz [U50]: usunięto
			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-poinformowanie informacji na temat zaangażowania seniorów w realizację LSR	Koszty w ramach etatów	Komentarz [U51]: skorygowano zapis
				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	(Organizacja spotkania, opracowanie artykułu i zamieszczenie na stronie, opracowanie plakatu)	Komentarz [U46]: skorygowano zapis
				Plakat	Liczba plakatów informujących o możliwości realizacji	poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz seniorów	źródło finansowania: EFRROW, EFRR, EFS+ (w proporcjach	Komentarz [U48]: skorygowano zapis

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

				operacji na rzecz osób starszych wywieszonych w siedzibach podmiotów działających na obszarze LSR, Jednostka miary: plakat (3)		odpowiednio: 50%, 25%, 25%) 70%, 15%, 15%
		Osoby w niekorzystnej sytuacji niepełnosprawne	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		
	usunięto		Liczba materiałów foto/audio/video aktywizujących osoby w niekorzystnej sytuacji, młodych i seniorów Jednostka miary: materiał foto/audio/video: (15)	zwiększenie rozpoznawalności LGD i poinformowanie o efektach realizacji LSR, aktywizacja osób w niekorzystnej sytuacji, młodych i seniorów		

Komentarz [U49]: skorygowano zapis

Komentarz [U53]: usunięto

Komentarz [U52]: skorygowano zapis

Komentarz [U54]: usunięto