

PLAN KOMUNIKACJI

Cele główne działań komunikacyjnych

Głównym celem długofalowym planu komunikacji jest wspieranie realizacji celów określonych w Planie Strategicznym Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-2027 i Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność na lata 2023-2027 oraz zbudowanie spójnego i pozytywnego wizerunku Lokalnej Grupy Działania „Owocowy Szlak”. Przesłanką planu komunikacji jest zapewnienie skutecznego wdrażania LSR poprzez stworzenie warunków do ciągłego, systematycznego, aktywnego i szeroko rozumianego uczestnictwa społeczności lokalnej w realizacji strategii. Ważnym czynnikiem skutecznego zaangażowania społeczności lokalnej jest obustronna komunikacja i otwartość LGD na informację zwrotną. LGD będzie realizowała działania informacyjne, animacyjne, wzmacniające wizerunek oraz dotyczące badania satysfakcji.

Cel główny planu komunikacji jest realizowany poprzez następujące cele szczegółowe:

- I. bieżące informowanie mieszkańców, ze szczególnym uwzględnieniem grup szczególnie istotnych z punktu realizacji LSR (w tym grup w niekorzystnej sytuacji) oraz potencjalnych wnioskodawców o realizację LSR,
- II. bieżące informowanie i wspieranie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów i rozliczania poprzez profesjonalne doradztwo, szkolenia i pomoc na każdym etapie realizacji projektów,
- III. bieżące informowanie o stanie realizacji LSR, w tym stopniu osiągnięcia celów i wskaźników oraz efektach wdrażania LSR;
- IV. włączanie mieszkańców w proces podejmowania decyzji skutkujące aktywnym i ciągłym uczestnictwem społeczności lokalnej w bieżącym wdrażaniu LSR,
- V. animowanie, komunikowanie i informowanie lokalnej społeczności o możliwości udziału w działaniach na rzecz ludzi młodych, seniorów oraz osób w niekorzystnej sytuacji lub o możliwości korzystania z efektów tych działań,
- VI. wsparcie i dialog z lokalnymi liderami, którzy dzięki zaangażowaniu przyczyniają się do rozwoju obszaru i osiągnięcia założonych celów,
- VII. animowanie do wdrożenia innowacji w kontekście lokalnym i regionalnym,
- VIII. wzrost poziomu świadomości i wiedzy mieszkańców na temat korzyści z członkostwa w UE dla obszaru LGD dzięki zrealizowanym w ramach strategii projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji,
- IX. budowanie pozytywnego wizerunku oraz utrwalenie spójnego systemu identyfikacji wizualnej LGD oraz Funduszy Europejskich,
- X. pozyskiwanie informacji od mieszkańców, ze szczególnym uwzględnieniem grup osób szczególnie istotnych z punktu realizacji LSR (w tym grup w niekorzystnej sytuacji) o ocenie prowadzonych przez LGD działań w tym ocenie procesu wdrażania LSR oraz problemach związanych z aplikowaniem o środki w ramach LSR,
- XI. analiza zastosowanych działań komunikacyjnych.

Opis działań komunikacyjnych i grup docelowych oraz środków przekazu

Powyższe cele zostaną osiągnięte poprzez intensywne, różnorodne i długofalowe działania informacyjno-promocyjne i konsultacyjne, które zostaną dostosowane do fazy wdrażania LSR oraz rodzajów beneficjenta i odbiorców. Odpowiednio dobrane zostaną również środki przekazu w tym środki komunikacji. Podejmowane działania zostaną szczegółowo zaplanowane, w przypadku większych kampanii będą podzielone na etapy. Główne działania komunikacyjne to:

Świadczenie usług doradczych i przekazywanie informacji (Cel. I, II) – punkt informacyjno-doradczy będzie funkcjonował w biurze LGD. Usługi będą świadczone przez pracowników biura osobiście i telefonicznie. Biuro czynne będzie 5 dni w tygodniu (pn-pt) od 7.30-15.30. W uzasadnionych przypadkach po wcześniejszym umówieniu będzie możliwe skorzystanie z usługi w innych godzinach tak, aby każdy zainteresowany mógł skorzystać z usługi doradczej. W biurze będzie prowadzona lista doradcza, usługi świadczone telefonicznie będą rejestrowane na odrębnej liście. Podczas prowadzonych naborów będą świadczone usługi doradcze związane z przygotowaniem wniosków i

załączników, co będzie punktowane na etapie oceny wniosków przez Radę LGD (kryteria). Specjalistycznym wsparciem doradczym zostaną objęci beneficjenci realizujący i rozliczający projekty. Dla osób, które nie będą mogły osobiście wziąć udziału w konsultacjach będzie stosowany system e-konsultacji, który będzie się odbywał za pośrednictwem e-maila lub Messengera: zapytanie – odpowiedź, konsultacja wniosku o dofinansowanie, przesyłanie uwag i sugestii do LGD, odpowiedź zwrotna ze strony LGD. Informacja o funkcjonowaniu punktu informacyjno–doradczego zostanie zamieszczona na stronie LGD, profilu społecznościowym oraz przekazana partnerskim gminom.

Wykorzystanie Internetu (Cel I - X) – w ramach działania będzie prowadzona i aktualizowana strona internetowa oraz profil na portalu społecznościowym – Facebook. Na stronie będą zamieszczane informacje dotyczące działań podejmowanych przez LGD, informacje na temat aktualnych dokumentów, programu i oferowanego wsparcia, harmonogram naboru wniosków o dofinansowanie, ogłoszenia o naborach wniosków wraz z dokumentacją konkursową i wynikami naborów. Na stronie i Facebooku będą umieszczane dokumenty poddawane konsultacjom społecznym w tym LSR. Dodatkowo zamieszczone zostaną informacje o zrealizowanych projektach jako dobre praktyki. Aby usprawnić komunikację z mieszkańcami w tym z grupami w niekorzystnej sytuacji będą tworzone bazy e-mail. Dane pozyskane zostaną na podstawie wiedzy własnej LGD (dotychczasowe kontakty) oraz poprzez zgłaszanie się zainteresowanych uczestników i wyrażanie zgody na umieszczenie ich danych w bazie i prowadzenie z nimi komunikacji. Podczas przedsięwzięć realizowanych przez LGD będzie przekazywana informacja o możliwości dopisania się do bazy kontaktowej. Bazy danych będą przechowywane zgodnie z polityką bezpieczeństwa i Ustawą o ochronie danych osobowych. Na stronie internetowej i profilu społecznościowym będą zamieszczane relacje z wydarzeń organizowanych przez LGD oraz z realizacji projektów. Będą również zamieszczane informacje bieżące dotyczące funkcjonowania LGD. Nowością będzie utworzenie profilu społecznościowego na Facebooku „Młodzieżowa Rada LGD”, który będzie zrzeszał osoby należące do RM LGD. Będzie to kanał komunikacyjny z młodymi osobami, na którym będą planowane wspólne inicjatywy. Nowością będzie również organizacja półrocznych spotkań zdalnych pn. „Wieści z LGD”. LGD będzie zamieszczało link do spotkania na swojej stronie internetowej, profilu Facebook oraz prześle link partnerskim gminom. Spotkanie będzie dedykowane mieszkańcom obszaru i będzie dotyczyło podsumowania działań LGD, w tym wdrażania LSR, planów na kolejny okres w tym planowanych naborów, wydarzeń, konkursów. Podczas wydarzenia mieszkańcy będą mogli zgłaszać swoje pomysły i inicjatywy. Strona internetowa będzie również zawierała informacje o obszarze w tym partnerskich gminach, produktach lokalnych, atrakcjach turystycznych, szlakach rowerowych, produktach sieciowych. Podczas badań prowadzonych wśród mieszkańców największą osób jako najskuteczniejsze źródło informacji zaznaczyło Internet (strona, profil społecznościowy).

Przygotowanie i wydruk materiałów informacyjnych i promocyjnych (Cel I – IX) – działanie będzie służyło przekazywaniu informacji na temat wdrażania LSR, planowanych naborach i wydarzeniach oraz zachęceniu do aktywności i włączenia się w proces realizacji LSR. Będą to ogłoszenia, plakaty itp. Nacisk zostanie położony na system wizualizacji zgodnie z księgą wizualizacji. W materiałach informacyjne zostaną zamieszczone w sposób przejrzysty i zrozumiały dla mieszkańców. Materiały promocyjne poświęcone będą zasobom terenu LGD wykorzystanym pod kątem turystycznym i przedsiębiorczości. Materiały będą dystrybuowane bezpłatnie w biurze, na wydarzeniach organizowanych przez LGD oraz poprzez partnerskie gminy.

Współpraca z mediami (Cel I – IX) – działanie będzie polegało na przekazywaniu lokalnym mediom informacji, aktualności z LGD, informacje o naborach, szkoleniach i innych przedsięwzięciach organizowanych przez LGD. Ponadto dziennikarze mediów regionalnych – prasa, radio, telewizja będą informowani i zapraszani na wszystkie ważne wydarzenia. Podczas Święta Produktu Lokalnego będzie organizowane studio TVP, z którego będzie się odbywała transmisja z wydarzenia.

Organizacja spotkań informacyjnych, szkoleń, seminariów konferencji, warsztatów (Cel I - XI) – realizacja działań z tej grupy będzie polegała głównie na upowszechnianiu informacji na temat celów LSR oraz zasad ich wdrażania, informowaniu o możliwościach uzyskania dofinansowania w ramach LSR, procedurach składania wniosków, zasadach realizacji projektów, informowaniu o kryteriach oceny i wyboru projektów, obowiązujących procedurach, informowaniu o postępkach we wdrażaniu LSR,

przekazywaniu materiałów informacyjnych i promocyjnych oraz dokumentów związanych z aplikowaniem o środki, a także uzyskiwaniu ewentualnej informacji zwrotnej od społeczności lokalnej. Działania będą rozlokowane na terenie wszystkich gmin należących do LGD. Celem działań jest dotarcie do jak największej grupy potencjalnych beneficjentów, zwiększenie ilości i podniesienie jakości składanych i realizowanych projektów oraz dostarczenie specjalistycznej wiedzy niezbędnej do prawidłowej ich realizacji. Komunikaty pod kątem treści i języka zostaną dostosowane do grupy docelowej. Część spotkań i warsztatów będzie organizowana w godzinach popołudniowych oraz w weekendy, tak by nie dyskryminować osób pracujących i umożliwić im skorzystanie z oferty. Część wydarzeń będzie dotyczyła promocji zasobów obszaru, aktywności społecznej, podnoszenia wiedzy i kompetencji mieszkańców w tym młodzieży, seniorów oraz grup osób w niekorzystnej sytuacji. Podczas wydarzeń mieszkańcy będą zachęceni do zgłaszania pomysłów i inicjatyw (ankieta na koniec spotkania). W każdym roku będzie się odbywał warsztat refleksyjno – analityczny, którego celem będzie ocena procesu wdrażania LSR oraz określenie problemów i trudności, a także wprowadzenia środków zaradczych.

Organizacja wydarzeń, imprez, konkursów, wyjazdów studyjno–szkoleniowych (Cel I – IX) – w ramach działania będą organizowane otwarte wydarzenia promocyjne, których motywem przewodnim będą zasoby obszaru LGD, w tym produkty lokalne, produkty turystyczne, dziedzictwo kulturowe, historyczne czy przyrodnicze. Największym wydarzeniem jest Święto Produktu Lokalnego, które będzie odbywało się corocznie. Inne przedsięwzięcia będą kierowane do młodzieży, lokalnych liderów i seniorów oraz grup w niekorzystnej sytuacji. Wyjazdy studyjno–szkoleniowe będą organizowane w celu prezentacji dobrych praktyk w rozwoju obszarów wiejskich oraz zachęceniu mieszkańców do wdrożenia innowacji i nowych rozwiązań na obszarze LGD.

Spotkanie on -line „Wieści z LGD” (Cel I – XI) – spotkania zdalne będą organizowane dla mieszkańców obszaru w celu podsumowania informacji o minionych wydarzeniach, planowanych inicjatywach w tym naborach wniosków oraz zebrania informacji od mieszkańców o pomysłach, nowych inicjatywach i problemach zwłaszcza dotyczących realizacji LSR. Na stronie LGD, w mediach społecznościowych oraz poprzez gminy i lokalnych liderów będzie przekazywany link do spotkania. Zastosowanie takiego sposobu komunikacji będzie nowością w stosunku do poprzedniego okresu programowania. Działanie włączy większą liczbę mieszkańców w realizację LSR zwłaszcza grupy w niekorzystnej sytuacji, osoby wykluczone, osoby posiadające mało czasu. Ze spotkania będzie przygotowana notatka, która będzie umieszczana na stronie internetowej wraz z prezentacją nowych pomysłów i inicjatyw oraz informacją czy możliwe jest ich wdrożenie. Jeśli mieszkańcy będą zgłaszali zapotrzebowanie spotkania będą realizowane częściej

Utrzymywanie kontaktu z łącznikami gmin i lokalnymi liderami (C I – VIII) - w ramach zdania będą przekazywane informacje łącznikom gmin (osoba odpowiedzialna za kontakt z LGD), sołtysom i lokalnym liderom o działaniach LGD. Zostanie zawiązana współpraca dotycząca dialogu ze społecznością lokalną. Osoby odpowiedzialne za swoją miejscowość / gminy będą przekazywały informacje w postaci ogłoszenia przy sklepie, szkole, kościele, na tablicy ogłoszeń oraz będą wysyłały kartki z informacją od domu do domu (kartka po wsi). Osoba taka będzie mogła także przekazywać ewentualną informację zwrotną od mieszkańców do LGD. Wprowadzony zostanie również system powiadamiania osób -liderów, sołtysów, radnych poprzez sms, e-mail. Na potrzeby komunikacyjne zostanie stworzona baza danych takich osób.

Badanie satysfakcji (Cel X, XI) – badanie będzie służyło zebraniu opinii mieszkańców o procesie wdrażania LSR, problemach w sięganiu po środki w ramach budżetu LSR oraz zastosowanych metodach komunikacyjnych. W tym celu będą prowadzone badania ankietowe po każdym wydarzeniu. Raz w roku będzie prowadzone badanie elektroniczne (ankieta elektroniczna), która będzie dostępna na stronie LGD oraz link do niej będzie zamieszczony na profilu społecznościowym, oraz przesłany drogą e-mail do gmin, łączników i lokalnych liderów. Dodatkowo analiza efektywności działań komunikacyjnych oraz zastosowanych środków przekazu odbywać się będzie poprzez okresowe (nie rzadziej niż raz w roku) monitorowanie osiągnięcia wskaźników realizacji działań komunikacyjnych. Monitoring oparty będzie o zbierane na bieżąco raporty administratora strony internetowej LGD, listy obecności, liczby złożonych projektów, ilości godzin udzielonego doradztwa itd., stosownie do

charakteru danego wskaźnika. Z przeprowadzonych badań przygotowywany będzie raport i w razie konieczności będą wprowadzane zmiany naprawcze.

Grupy docelowe:

Odbiorców planowanych działań można podzielić na trzy grupy:

1. **Mieszkańcy** – przekazana będzie informacja o Planie Strategicznym Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-2027 oraz Strategii Rozwoju Lokalnego kierowanego przez społeczność na lata 2023-2027 dla obszaru LGD „Owocowy Szlak” – informacje o możliwościach pozyskania wsparcia, działaniach realizowanych przez LGD, efektach wdrażania LSR, dobrych praktykach. Zachęcanie do włączenia się w realizację LSR, animowanie do podejmowania własnych inicjatyw, przekazywanie pomysłów do LGD. Ze względu na wielkość grupy wypracowany zostanie system powiadamiania poprzez: łączników gmin (pracownik partnerskiej gminy odpowiedzialny za kontakty z LGD i przekazywanie informacji społeczności), sołtysów (baza e-mail sołtysów), lokalnych liderów (baza e-mail, baza telefoniczna). Podczas konsultacji społecznych LGD przeprowadziła badanie ankietowe (ankieta elektroniczna i papierowa) z członkami LGD i mieszkańcami, z którego wynika, że członkowie jako najlepszą formę komunikacji wybrali kontakt telefoniczny i e-mail, natomiast mieszkańcy wskazali jako najlepsze źródło informacji stronę internetową oraz profil społecznościowy. Do tej grupy zostanie również skierowana informacja za pośrednictwem Internetu poprzez realizację spotkań on-line „Wieści z LGD”. Ważne jest skuteczne poinformowanie mieszkańców, włączenie i animowanie oraz zachęcenie do włączenia się w proces wdrażania LSR a także pozyskanie informacji zwrotnej o ocenie funkcjonowania LGD. Grupa ta jest kluczowa dla celu I, IV, V, VII, VIII i X.
2. **Wnioskodawcy i beneficjenci** – przekazane będą informacje o możliwościach i zasadach pozyskania wsparcia w ramach LSR. Przedstawiane będą procedury, dokumenty aplikacyjne, zasady ich wypełniania, zasady gromadzenia załączników, kryteria i inne ważne zagadnienia. Są to osoby zainteresowane pozyskaniem dofinansowania na realizację swojego pomysłu. Informacja kierowana do tych grup będzie miała charakter informacyjny i motywujący do składania wniosków w ramach ogłaszanych naborów. W ramach tej grupy identyfikuje się: osoby fizyczne, osoby bezrobotne planujące rozpoczęcie działalności gospodarczej, rolników, rybaków i ich rodziny, przedsiębiorców, gminy, jednostki organizacyjne samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe. Wsparciem zostaną objęte osoby realizujące projekty na każdym etapie (realizacja, rozliczenie). Wybrane formy komunikacji dla tej grupy to doradztwo, szkolenia, i spotkania informacyjne. Ważny będzie sam moment przekazania informacji o naborach i tu wybrano Internet, informacje przekazywane przez gminy, łączników, lokalnych liderów i sołtysów. Wybór tych narzędzi jest konsekwencją dotychczasowych doświadczeń LGD oraz wynika z konsultacji społecznych, na których zwrócono uwagę na mocniejsze wykorzystanie Internetu. Grupa ta jest kluczowa dla celu II, III, VII, X.
3. **Grupy szczególnie istotne z punktu widzenia realizacji LSR, w tym grupy w niekorzystnej sytuacji:**
 - Seniorzy (osoby pow. 60 roku życia) – przekazywane będą informacje o realizowanych przez LGD działaniach oraz ogłaszanych naborach (granty). Grupa ta zostanie objęta wsparciem warsztatowym z zakresu animacji i włączenia cyfrowego. Jest to liczna i aktywna grupa, która uczestniczyła w konsultacjach (najwięcej seniorów odwiedziło punkt konsultacyjny zgłaszając pomysły i inicjatywy). Wybrany sposób komunikacji to informacje przekazywane lokalnym liderom, sołtysom i gminom oraz spotkania bezpośrednio w świetlicach wiejskich. Wśród samych seniorów jest wielu lokalnych liderów (przedstawiciele KGW, klubów seniora, zespołów ludowych). Przedstawiciele seniorów znajdują się również w Zarządzie i Radzie LGD. Grupa jest kluczowa dla celu III, IV, V, VI, VII, VIII, IX, X.
 - Młodzież (osoby do 25 roku życia) – przekazywane będą informacje o realizowanych przez LGD działaniach. Grupa ta zostanie objęta wsparciem warsztatowym dotyczącym podniesienia kompetencji, wiedzy i włączenia społecznego. Z inicjatywy młodych osób utworzona zostanie „Młodzieżowa Rada LGD”, która będzie zrzeszała reprezentantów wszystkich gmin. Do RM zostaną przyjęte wszystkie chętne osoby spośród których wybrany zostanie zarząd. W skład Zarządu LGD wchodzi młoda osoba, która nie ukończyła 25 roku życia. Wybrany przez tą grupę

sposób komunikacji to Internet: strona, profil społecznościowy MR LGD, Messner, kontakt sms, który będzie przekazywany dalej. Grupa ta zwróciła uwagę na organizowanie spotkań w szkołach. Grupa ze swojej strony deklaruje włączenie się w sprawy LGD – pomoc w organizacji wydarzeń, uczestniczenie w spotkaniach z seniorami, wsparcie działań z zakresu ochrony środowiska. Komunikacja z tą grupą jest wyzwaniem dla LGD, ponieważ w większości przypadków są to osoby niepełnoletnie, które wymagają szczególnej uwagi. Dodatkowo młode osoby poważnie traktują ustalone plany i złożone obietnice i konieczne są skuteczne działania aby się z nich wywiązać. Grupa jest kluczowa dla celu I, IV, V, VI, VII, VIII, IX, X.

- Kobiety – w LSR ukierunkowano wsparcie do grupy kobiet zarówno w formie dedykowanych tematycznie konkursów jak również w formie preferencyjnych kryteriów wyboru. Kobiety jednocześnie wykazują się większą aktywnością społeczną niż mężczyźni, działają w organizacjach pozarządowych. Najlepszą formą komunikacji dla tej grupy jest: dla młodych Internet: strona www i profil społecznościowy na Facebooku, dla starszych ogłoszenia na słupach i w sklepach. Dobrze sprawdza się informowanie lokalnych liderów (sołtysów, przewodniczących organizacji, radnych) o planowanych działaniach, które przekazują informacje mieszkańcom. W konsultacjach wzięło udział więcej kobiet w każdej grupie wiekowej. Deklarują one włączenie się w działania LGD i chęć współpracy. Grupa ta zostanie objęta wsparciem warsztatowym dla liderów życia publicznego i społecznego oraz będzie preferencyjnie traktowana w kryteriach wyboru operacji. Grupa ta jest kluczowa dla celu I - X.
- Rolnicy w tym szczególnie rolnicy z małych gospodarstw - przekazywane będą informacje o organizowanych naborach i przedsięwzięciach. W LSR zaplanowano wsparcie zarówno w formie dedykowanych tematycznie konkursów w zakresie turystyki wiejskiej jak również w formie preferencyjnych kryteriów wyboru. Dla tej grupy istotne jest poznanie dobrych praktyk w zakresie podejmowania pozarolniczej działalności gospodarczej jak również informacje o naborach. Najlepszą formą komunikacji dla tej grupy jest strona internetowa, informacja przekazywana przez partnerskie gminy, spotkania bezpośrednie, informacja przekazywana przez lokalnych liderów oraz instytucje zajmujące się obsługą rolników (KRUS, ARiMR). Ważne jest dostosowanie działań podejmowanych przez LGD do kalendarza prac polowych. Grupa ta jest kluczowa dla celu I - X.
- Osoby z niepełnosprawnościami i ich opiekunowie – przekazywane będą informacje o realizowanych przedsięwzięciach oraz zakończonych projektach dotyczących dostępności +. Ważnym działaniem skierowanym do tej grupy są przedsięwzięcia realizowane przez Internet np. aplikacja Zwiedzaj Lokalnie. Najlepszą formą komunikacji jest kontakt z OPS, CUS, stowarzyszeniami osób z niepełnosprawnościami. Dobrą formą jest również Internet: strona internetowa, Facebook, komunikacja zdalna - Wieści z LGD. Grupa jest kluczowa dla celu V i X.

Działania, które będą podejmowane w przypadku problemów z realizacją Lokalnej Strategii Rozwoju oraz niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD.

W planie komunikacji wyodrębniono cel dotyczący analizy zastosowania działań komunikacyjnych dla którego środkiem przekazu będzie badanie satysfakcji mieszkańców. LGD będzie prowadziła analizę efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu poprzez zbieranie informacji zwrotnej od mieszkańców – ankieta papierowa, ankieta on-line, rozmowy bezpośrednie. Analiza będzie prowadzona corocznie. Pierwsze badanie odbędzie się w roku 2025. LGD będzie prowadziło również badania własne, będą to obserwacje dotyczące liczby mieszkańców uczestniczących w przedsięwzięciach, naborach, wspólnych inicjatywach. Z analizy danych zastanych i analizy własnej zostanie sporządzony raport, który będzie dostępny na stronie LGD. Posłuży to do sformułowania wniosków i działań naprawczych. Realizacja planu komunikacyjnego stanowi integralną część procesu wdrażania LSR, dlatego ważne jest stałe jego monitorowanie. W przypadku wystąpienia problemów z wdrażaniem LSR lub niezadowolenia społecznego zostaną zastosowane środki naprawcze, a w przypadku braku przewidzianego środka naprawczego plan komunikacji będzie uaktualniony.

Tabela 1. Realizacja planu komunikacji: zagrożenia i środki zaradcze

Zagrożenie	Środek zaradczy
Niezrozumienie komunikatu – trudny język branżowy „projektowy”, zmiana zasad w stosunku do poprzedniego okresu programowania (nabyte nawyki).	Kierowanie jasnych, przystępnych komunikatów sformułowanych prostym językiem, wskazanie na zmiany w stosunku do poprzedniego okresu programowania (dodatkowe spotkania, punkt doradczy).
Małe zainteresowanie społeczności lokalnej pozyskiwaniem dofinansowania (lęk przed odpowiedzialnością finansową, mała wiara w powodzenie, obawa przed podejmowaniem ryzyka).	Wskazanie dobrych praktyk oraz korzyści płynących z pozyskania dofinansowania (dodatkowe spotkania ze społecznością w których udział wezmą byli beneficjenci, intensywniejsza, specjalistyczna pomoc punktu doradczego).
Duża liczba odrzuconych wniosków przez SW na etapie weryfikacji (słaba jakość przygotowanych wniosków wynikająca z braku konsultacji w punkcie doradczym).	Świadczenie rozbudowanego, specjalistycznego doradztwa w formie e-konsultacji co ułatwi potencjalnym beneficjentom korzystanie z usług doradczych biura.
Nieprawidłowa realizacja projektów skutkująca niewypłaceniem środków	Prowadzenie monitoringu podpisanych umów oraz utrzymywanie stałego kontaktu z beneficjentami i SW w celu nadzoru nad prawidłową realizacją projektów. Ingerowanie w przypadku zagrożeń (pomoc doradcza oraz specjalistyczne szkolenia).
Niska frekwencja na szkoleniach i spotkaniach spowodowana niedogodnym terminem (prace sezonowe polowe, praca zawodowa).	W przypadku problemu szkolenia specjalistyczne i spotkania będą organizowane w dwóch terminach do wyboru dla uczestników.
Problemy zgłaszane przez beneficjentów na etapie realizacji projektów (bariery wynikające z braku doświadczenia, niezrozumienia dokumentów prawnych i braku orientacji w przepisach).	W przypadku problemu, który nie koniecznie musi zostać zgłoszony przez beneficjenta (obserwacje własne) będą organizowane spotkania robocze mające na celu objęcie specjalistyczną opieką pojedynczego beneficjenta i przeprowadzenie go przez najtrudniejsze etapy realizacji projektu.

Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych

Realizacja planu komunikacyjnego stanowi integralną część procesu wdrażania LSR, dlatego efektem będzie osiągnięcie zakładanych w LSR celów i wskaźników. Komunikacja na linii społeczność lokalna – LGD będzie wykorzystywana w bieżącej ewaluacji. Dodatkowo dialog ze społecznością lokalną ma znaczący wpływ na jej aktywizację i wzmacnianie kapitału społecznego. Pozyskiwanie informacji, uwag i postulatów od partnerów, interesariuszy i mieszkańców pozwoli na zbudowanie trwałych relacji, które będą mogły się stać punktem odniesienia w sytuacjach problematycznych. Nastawienie na otwartą, jawną i transparentną komunikację pomoże efektywnie rozwiązywać bieżące problemy. W warstwie emocjonalnej utrwalone zostanie przekonanie o skuteczności i pozytywnym wpływie, jaki Fundusze Europejskie mają na sytuację społeczną, ekonomiczną i gospodarczą regionu. Działania komunikacyjne będą koncentrowały się również na aktywizacji społeczności lokalnej i podniesieniu świadomości wśród mieszkańców o ich roli we wdrażaniu strategii. LGD zamierza wspierać realizację operacji realizowanych w partnerstwie, czego istotnym elementem jest kojarzenie partnerów. Wszystkie zakładane wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych zostały ujęte w tabeli nr 2.

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

Działania przewidziane do realizacji w ramach planu komunikacji LGD będą poddane ewaluacji i ocenie skuteczności prowadzonych działań w dwóch obszarach: przez cały cykl wdrażania oraz na zakończenie wdrażania LSR. Ocena będzie prowadzona przez cały cykl wdrażania planu komunikacji za pomocą anonimowej ankiety przeprowadzonej wśród uczestników podczas realizacji poszczególnych zadań. Ankieta będzie dostępna również na stronie internetowej LGD w wersji elektronicznej. Dodatkowo podczas przedsięwzięć typu imprezy plenerowe, festyny, targi będą prowadzone badania sondażowe stopnia znajomości LSR i rozpoznawalności LGD na obszarze poprzez organizację konkursów wiedzy. Ponadto wyciągane będą wnioski z obserwacji własnych oraz rozmów indywidualnych z klientami LGD. Podczas rozmów będą zadawane pytania o jakość przekazywanych informacji, satysfakcję klienta, poziom zrozumienia oraz formy którymi można udoskonalić proces wdrażania LSR. Opinie klientów będą ujmowane w raportach. Analiza zebranych dokumentów i opinii będzie prowadzona na bieżąco, natomiast podsumowanie będzie się odbywało kwartalnie i wyniki będą prezentowane na stronie internetowej LGD w formie krótkiego sprawozdania. W przypadku, gdy uzyskane efekty nie będą zadowalające, LGD wskaże sposób skorygowania planu komunikacji między innymi poprzez niezwłoczne ponowne przeprowadzenie kampanii informacyjnej czy kampanii promocyjno-wizerunkowej. Badanie ewaluacyjne zostanie przeprowadzone na koniec wdrażania LSR. Analiza będzie realizowana w odniesieniu do adekwatności i skuteczności przeprowadzonych działań. Badanie zostanie zrealizowane z wykorzystaniem metod i technik badawczych: analiza danych zastanych, badanie ankietowe PAPI i CATI, zogniskowane wywiady grupowe. Raport ewaluacyjny zostanie zamieszczony na stronie LGD w formie prezentacji.

Indykatywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem głównych wydatków

Szacunkowe planowane koszty sfinansowania poszczególnych elementów planu komunikacji zostały uwzględnione w budżecie Lokalnej Grupy Działania w Komponentie Zarządzanie LSR. Wydatki na działania wpływające niekorzystnie na środowisko zostaną zminimalizowane (materiały drukowane, plastikowe gadżety). Ich poniesienie będzie uzasadnione jedynie w sytuacji, kiedy LGD zidentyfikuje grupę interesariuszy, do której nie można dotrzeć w inny sposób z planowanymi działaniami komunikacyjnymi. Zaplanowany przez LGD budżet na poszczególne działania komunikacyjne uwzględnia tabela nr 2.

Tabela 2. Plan komunikacji (w tym analiza efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu)

Termin	Cel komunikacji	Działanie komunikacyjne	Środki przekazu	Adresaci (grupy docelowe)	Wskaźniki realizacji	Efekty działań komunikacyjnych
I pół. 2024	Przekazanie mieszkańcom obszaru LGD informacji o rozpoczęciu wdrażania LSR, głównych celach, budżecie i harmonogramie naborów	<ol style="list-style-type: none"> Świadczenie usług doradczych i przekazywanie informacji. Wykorzystanie Internetu Przygotowanie i wydruk materiałów informacyjnych i promocyjnych Współpraca z mediami 	<ol style="list-style-type: none"> kontakt bezpośredni w biurze LGD, kontakt telefoniczny, sms, przez e-mail informacja na stronie www, profilu społecznościowym Facebook, e-mailig do partnerskich gmin informacja w prasie lokalnej 	<p>Mieszkańcy</p> <p>Potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci</p> <p>Grupy osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<ol style="list-style-type: none"> udzielenie 150 porad informacja n stronie www i Facebooku – 2 szt. wysłanie e-maili – 7 szt. artykuł w prasie – 1 sztuka 	<p>Wzrost wiedzy i świadomości mieszkańców o działaniach LGD w tym wdrażaniu LSR i jej założeniach.</p>
	Aktywizacja i integracja ludzi młodych (do 25 roku życia)	Organizacja spotkań informacyjnych, szkoleń, seminariów, konferencji, warsztatów	Organizacja warsztatów	Młodzież (osoby do 25 roku życia)	Organizacja 2 warsztatów w których udział weźmie 60 młodych osób	<p>Wzrost zaangażowania młodych osób w życie społeczne obszaru.</p> <p>Wzrost integracji środowiska młodzieżowego.</p>
II pół. 2024	Przekazanie informacji o terminach i zakresie planowanych naborów i warunkach pozyskania wsparcia. Zachęcanie do włączenia się w realizację LSR.	<ol style="list-style-type: none"> Świadczenie usług doradczych i przekazywanie informacji. Wykorzystanie Internetu Spotkania informacyjne w każdej gminie Spotkanie on-line „Wieści z LGD” 	<ol style="list-style-type: none"> kontakt bezpośredni w biurze LGD, kontakt telefoniczny, sms, przez e-mail informacja na stronie www, profilu społecznościowym Facebook, e-mailig do partnerskich gmin oraz do mieszkańców spotkanie informacyjne 	<p>Mieszkańcy</p> <p>Potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci</p> <p>Grupy osób w niekorzystnej sytuacji</p> <p>Liderzy lokalni</p>	<ol style="list-style-type: none"> udzielenie 150 porad informacja n stronie www i Facebooku – 2 szt. wysłanie e-maili – 57 szt. organizacja spotkania – 7 szt. organizacja zdalnego spotkania, w którym udział weźmie 30 osób. 	<p>Wzrost wiedzy mieszkańców o możliwościach pozyskania wsparcia w ramach LSR, poznanie warunków i zasad aplikowania o środki.</p> <p>Wzrost aktywności społecznej.</p>

		5. Utrzymywanie kontaktu z łącznikami gmin i lokalnymi liderami	4. spotkanie on-line 5. przekazanie informacji łącznikom gmin i lokalnym liderom		5. E-mailing do łączników gmin i lokalnych liderów – 27 e-maili.	
Aktywizacja i integracja osób starszych (pow. 60 roku życia)	Organizacja spotkań informacyjnych, szkoleń, seminariów, konferencji, warsztatów	Organizacja warsztatów	Seniorzy (osoby pow. 60 roku życia)	Organizacja 2 warsztatów w których udział weźmie 60 starszych osób	Wzrost zaangażowania starszych osób w życie społeczne obszaru. Wzrost integracji środowiska seniorów.	
Promocja zasobów lokalnych regionu LGD	1. Organizacja spotkań informacyjnych, szkoleń, seminariów, konferencji, warsztatów 2. Organizacja wydarzeń, imprez konkursów, wyjazdów studyjnych 3. Współpraca z mediami	1. Organizacja konferencji 2. Organizacja wydarzenia plenerowego 3. Organizacja kampanii promocyjnej	Mieszkańcy Grupy w niekorzystnej sytuacji Lokalni liderzy Organizacje pozarządowe	1. Organizacja 1 konferencji w której weźmie udział min. 50 osób 2. Organizacja 1 wydarzenia plenerowego w którym udział weźmie min 300 osób 3. Organizacja kampanii promocyjnej 1 szt.	Wzrost wiedzy o zasobach obszaru w tym dziedzictwie kulturowym i produktach lokalnych. Wzrost aktywności społeczności lokalnej w tym grup w niekorzystnej sytuacji. Nawiązanie współpracy pomiędzy organizacjami pozarządowymi.	

I pół 2025	Analiza zastosowanych działań komunikacyjnych	Badanie satysfakcji	Ankieta elektroniczna Analiza zebranych danych	Odbiorcy działań komunikacyjnych Mieszkańcy	Raport z badania satysfakcji – 1 szt.	Pozyskanie informacji o efektywności stosowanych działań komunikacyjnych. Identyfikacja zagrożeń i wdrożenie środków zaradczych.
	Ocena procesu wdrażania LSR	Organizacja spotkań informacyjnych, szkoleń, seminariów, konferencji, warsztatów	Organizacja warsztatu refleksyjno - analitycznego	Mieszkańcy Wnioskodawcy i beneficjenci Grupy osób w niekorzystnej sytuacji Liderzy lokalni	Organizacja 1 warsztatu w którym udział weźmie min. 40 osób	Pozyskanie informacji o procesie realizacji LSR, zdiagnozowanie problemów i trudności, ustalenie środków zaradczych.
	Informowanie mieszkańców obszaru LGD o możliwości pozyskania wsparcia. Informowanie wnioskodawców o zasadach przygotowania dokumentacji. Informowanie beneficjentów o	Świadczenie usług doradczych i przekazywanie informacji.	kontakt bezpośredni w biurze LGD, kontakt telefoniczny, sms, przez e-mail	Organizacja pozarządowe Mieszkańcy Potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci Grupy osób w niekorzystnej sytuacji	Przekazanie mieszkańcom obszaru LGD informacji możliwości pozyskania wsparcia, zasadach przygotowania dokumentacji aplikacyjnej oraz realizacji projektów – 200 porad	Wzrost wiedzy mieszkańców o zasadach pozyskania wsparcia i realizacji projektów.

II pół 2025	zasadach realizacji projektów.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizacja spotkań informacyjnych, szkoleń, seminariów, konferencji, warsztatów 2. Organizacja wydarzeń, imprez konkursów, wyjazdów studyjnych 3. Współpraca z mediami 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizacja konferencji 2. Organizacja wydarzenia plenerowego 3. Organizacja kampanii promocyjnej 	<p>Mieszkańcy</p> <p>Grupy w niekorzystnej sytuacji</p> <p>Lokalni liderzy</p> <p>Organizacje pozarządowe</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizacja 1 konferencji w której weźmie udział min. 50 osób 2. Organizacja 1 wydarzenia plenerowego w którym udział weźmie min 300 osób 3. Organizacja kampanii promocyjnej – 1 szt. 	<p>Wzrost wiedzy o zasobach obszaru w tym dziedziectwie kulturowym i produktach lokalnych.</p> <p>Wzrost aktywności społeczności lokalnej w tym grup w niekorzystnej sytuacji.</p> <p>Nawiązanie współpracy pomiędzy organizacjami pozarządowymi.</p>
Przekazanie informacji o terminach i zakresie planowanych naborów i warunkach pozyskania wsparcia. Zachęcanie do włączenia się w realizację LSR. Zachęcanie do działań w partnerstwie.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Świadczenie usług doradczych i przekazywanie informacji. 2. Wykorzystanie Internetu 3. Spotkania informacyjne w 4. Spotkanie on-line „Wieści z LGD” 5. Utrzymywanie kontaktu z łącznikami gmin i lokalnymi liderami 	<ol style="list-style-type: none"> 1. kontakt bezpośredni w biurze LGD, kontakt telefoniczny, sms, przez e-mail 2. informacja na stronie www, profilu społecznościowym Facebook, e-mailig do partnerskich gmin oraz do mieszkańców 3. szkolenie 4. spotkanie on-line 	<p>Mieszkańcy</p> <p>Potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci</p> <p>Grupy osób w niekorzystnej sytuacji</p> <p>Liderzy lokalni</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. udzielenie 200 porad 2. informacja na stronie www i Facebooku – 2 szt. 3. wysłanie e-maili – 57 szt. 4. organizacja szkolenia – 1 szt. 5. organizacja zdalnego spotkania, w którym udział weźmie 30 osób. E-mailing do łączników gmin i lokalnych liderów – 27 e-maili. 	<p>Wzrost wiedzy mieszkańców o możliwościach pozyskania wsparcia w ramach LSR, poznanie warunków i zasad aplikowania o środki.</p> <p>Wzrost aktywności społecznej.</p> <p>Wzrost współpracy.</p>	

			5. przekazanie informacji łącznikom gmin i lokalnym liderom	Mieszkańcy Potencjalni wnioskodawcy Grupy w niekorzystnej sytuacji	Organizacja 1 wyjazdu studyjnego w którym weźmie udział 30 osób	Wzrost wiedzy o zastosowaniu innowacyjnych rozwiązań w rozwoju obszarów wiejskich.
I pół 2026	Zachęcenie mieszkańców do wdrożenia innowacji	Organizacja wydarzeń, imprez, wyjazdów studyjno-szkoleniowych	Organizacja wyjazdu studyjnego	Odbiorcy działań komunikacyjnych Mieszkańcy	Raport z badania satysfakcji – 1 szt.	Pozykanie informacji o efektywności stosowanych działań komunikacyjnych. Identyfikacja zagrożeń i wdrożenie środków zaradczych.
	Ocena procesu wdrażania LSR	Organizacja spotkań informacyjnych, szkoleń, seminariów, konferencji, warsztatów	Organizacja warsztatu refleksyjno - analitycznego	Mieszkańcy Wnioskodawcy i beneficjenci Grupy osób w niekorzystnej sytuacji Liderzy lokalni	Organizacja 1 warsztatu w którym udział weźmie min. 40 osób	Pozykanie informacji o procesie realizacji LSR, zdiagnozowanie problemów i trudności, ustalenie środków zaradczych.
	Przekazanie informacji o terminach i zakresie	1. Świadczenie usług doradczych i	1. kontakt bezpośredni w biurze LGD, kontakt	Organizacja pozarządowe Mieszkańcy	1. udzielenie 200 porad	Wzrost wiedzy mieszkańców o możliwości

	planowanych naborów i warunkach pozyskania wsparcia. Zachęcanie do włączenia się w realizację LSR. Zachęcanie do działań w partnerstwie.	przekazywanie informacji. 2. Wykorzystanie Internetu 3. Spotkania informacyjne w 4. Spotkanie on-line „Wieści z LGD” 5. Utrzymywanie kontaktu z łącznikami gmin i lokalnymi liderami	telefoniczny, sms, przez e-mail 2. informacja na stronie www, profilu społecznościowym Facebook, e-mailig do partnerskich gmin oraz do mieszkańców 3. szkolenie 4. spotkanie on-line 5. przekazanie informacji łącznikom gmin i lokalnym liderom	Potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci Grupy osób w niekorzystnej sytuacji Liderzy lokalni	2. informacja na stronie www i Facebooku – 2 szt. wysłanie e-maili – 57 szt. 3. organizacja szkolenia – 1 szt. 4. organizacja zdalnego spotkania, w którym udział weźmie 30 osób. 5. E-mailing do łączników gmin i lokalnych liderów – 27 e-maili.	pozykania wsparcia w ramach LSR, poznanie warunków i zasad aplikowania o środki. Wzrost aktywności społecznej. Wzrost współpracy.
II pół 2026	Promocja zasobów lokalnych regionu LGD	1. Organizacja spotkań informacyjnych, szkoleń, seminariów, konferencji, warsztatów 2. Organizacja wydarzeń, imprez konkursów, wyjazdów studyjnych 3. Współpraca z mediami	1. Organizacja konferencji 2. Organizacja wydarzenia plenerowego 3. Organizacja kampanii promocyjnej	Mieszkańcy Grupy w niekorzystnej sytuacji Lokalni liderzy Organizacje pozarządowe	1. organizacja 1 konferencji w której weźmie udział min. 50 osób 2. organizacja 1 wydarzenia plenerowego w którym udział weźmie min 300 osób 3. organizacja kampanii promocyjnej – 1 szt.	Wzrost wiedzy o zasobach obszaru w tym dziedzictwie kulturowym i produktach lokalnych. Wzrost aktywności społeczności lokalnej w tym grup w niekorzystnej sytuacji. Nawiązanie współpracy pomiędzy organizacjami pozarządowymi.
	Informowanie mieszkańców obszaru LGD o	Świadczenie usług doradczych i przekazywanie informacji.	kontakt bezpośredni w biurze LGD, kontakt	Mieszkańcy	Przekazanie mieszkańcom obszaru LGD informacji możliwości pozyskania	Wzrost wiedzy mieszkańców o zasadach

	<p>możliwości pozyskania wsparcia. Informowanie wnioskodawców o zasadach przygotowania dokumentacji. Informowanie beneficjentów o zasadach realizacji projektów.</p>		<p>telefoniczny, sms, przez e-mail</p>	<p>Potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci</p> <p>Grupy osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>wsparcia, zasadach przygotowania dokumentacji aplikacyjnej oraz realizacji projektów – 200 porad</p>	<p>pozyskania wsparcia i realizacji projektów.</p>
I pół 2027	<p>Analiza zastosowanych działań komunikacyjnych</p>	<p>Badanie satysfakcji</p>	<p>Ankieta elektroniczna</p> <p>Analiza zebranych danych</p>	<p>Odbiorcy działań komunikacyjnych</p> <p>Mieszkańcy</p>	<p>Raport z badania satysfakcji – 1 szt.</p>	<p>Pozyskanie informacji o efektywności stosowanych działań komunikacyjnych. Identyfikacja zagrożeń i wdrożenie środków zaradczych.</p>
	<p>Ocena procesu wdrażania LSR</p>	<p>Organizacja spotkań informacyjnych, szkoleń, seminariów, konferencji, warsztatów</p>	<p>Organizacja warsztatu refleksyjno - analitycznego</p>	<p>Mieszkańcy</p> <p>Wnioskodawcy i beneficjenci</p> <p>Grupy osób w niekorzystnej sytuacji</p> <p>Liderzy lokalni</p> <p>Organizacja pozarządowe</p>	<p>Organizacja 1 warsztatu w którym udział weźmie min. 40 osób</p>	<p>Pozyskanie informacji o procesie realizacji LSR, zdiagnozowanie problemów i trudności, ustalenie środków zaradczych.</p>

	<p>Informowanie mieszkańców obszaru LGD o możliwości uzyskania wsparcia. Informowanie wnioskodawców o zasadach przygotowania dokumentacji. Informowanie beneficjentów o zasadach realizacji projektów.</p>	<p>Świadczenie usług doradczych i przekazywanie informacji.</p>	<p>kontakt bezpośredni w biurze LGD, kontakt telefoniczny, sms, przez e-mail</p>	<p>Mieszkańcy Potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci Grupy osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>Przekazanie mieszkańcom obszaru LGD informacji możliwości uzyskania wsparcia, zasadach przygotowania dokumentacji aplikacyjnej oraz realizacji projektów – 200 porad</p>	<p>Wzrost wiedzy mieszkańców o zasadach pozyskania wsparcia i realizacji projektów.</p>
<p>II pół 2027</p>	<p>Promocja zasobów lokalnych regionu LGD</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizacja spotkań informacyjnych, szkoleń, seminariów, konferencji, warsztatów 2. Organizacja wydarzeń, imprez konkursów, wyjazdów studyjnych 3. Współpraca z mediami 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizacja konferencji 2. Organizacja wydarzenia plenerowego 3. Organizacja kampanii promocyjnej 	<p>Mieszkańcy Grupy w niekorzystnej sytuacji Lokalni liderzy Organizacje pozarządowe</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizacja 1 konferencji w której weźmie udział min. 50 osób 2. Organizacja 1 wydarzenia plenerowego w którym udział weźmie min 300 osób 3. Organizacja kampanii promocyjnej – 1 szt. 	<p>Wzrost wiedzy o zasobach obszaru w tym dziedzictwie kulturowym i produktach lokalnych. Wzrost aktywności społeczności lokalnej w tym grup w niekorzystnej sytuacji. Nawiązanie współpracy pomiędzy organizacjami pozarządowymi.</p>
	<p>Przekazanie informacji o</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Świadczenie usług doradczych i 	<ol style="list-style-type: none"> 1. kontakt bezpośredni w biurze LGD, kontakt 	<p>Mieszkańcy</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. udzielenie 200 porad 	<p>Wzrost wiedzy mieszkańców o</p>

	terminach i zakresie planowanych naborów i warunkach pozyskania wsparcia. Zachęcanie do włączenia się w realizację LSR. Zachęcanie do działań w partnerstwie.	przekazywanie informacji. 2. Wykorzystanie Internetu 3. Spotkania informacyjne 4. Spotkanie on-line „Wieści z LGD” 5. Utrzymywanie kontaktu z łącznikami gmin i lokalnymi liderami	telefoniczny, sms, przez e-mail 2. informacja na stronie www, profilu społecznościowym Facebook, e-mailig do partnerskich gmin oraz do mieszkańców 3. szkolenie 4. spotkanie on-line 5. przekazanie informacji łącznikom gmin i lokalnym liderom	Potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci Grupy osób w niekorzystnej sytuacji Liderzy lokalni	2. informacja na stronie www i Facebooku – 2 szt. wysłanie e-maili – 57 szt. 3. organizacja szkolenia – 1 szt. 4. organizacja zdalnego spotkania, w którym udział weźmie 30 osób. 5. E-mailing do łączników gmin i lokalnych liderów – 27 e-maili.	możliwości pozyskania wsparcia w ramach LSR, poznanie warunków i zasad aplikowania o środki. Wzrost aktywności społecznej. Wzrost współpracy.
I pół 2028	Analiza zastosowanych działań komunikacyjnych	Badanie satysfakcji	Ankieta elektroniczna Analiza zebranych danych	Odbiorcy działań komunikacyjnych Mieszkańcy	Raport z badania satysfakcji – 1 szt.	Pozyskanie informacji o efektywności stosowanych działań komunikacyjnych. Identyfikacja zagrożeń i wdrożenie środków zaradczych.
Ocena procesu wdrażania LSR	Ocena procesu wdrażania LSR	Organizacja spotkań informacyjnych, szkoleń, seminariów, konferencji, warsztatów	Organizacja warsztatu refleksyjno - analitycznego	Mieszkańcy Wnioskodawcy i beneficjenci Grupy osób w niekorzystnej sytuacji Liderzy lokalni	Organizacja 1 warsztatu w którym udział weźmie min. 40 osób	Pozyskanie informacji o procesie realizacji LSR, zdiagnozowanie problemów i trudności, ustalenie środków zaradczych.

	<p>Informowanie wnioskodawców o zasadach przygotowania dokumentacji. Informowanie beneficjentów o zasadach realizacji projektów.</p>	<p>Świadczenie usług doradczych i przekazywanie informacji.</p>	<p>kontakt bezpośredni w biurze LGD, kontakt telefoniczny, sms, przez e-mail</p>	<p>Organizacja pozarządowe</p> <p>Mieszkańcy</p> <p>Potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci</p> <p>Grupy osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>Przekazanie mieszkańcom obszaru LGD informacji zasadach przygotowania dokumentacji aplikacyjnej oraz realizacji projektów – 200 porad</p>	<p>Wzrost wiedzy mieszkańców o zasadach realizacji projektów.</p>
<p>II pół 2028</p>	<p>Promocja zasobów lokalnych regionu LGD</p>	<p>1. Organizacja spotkań informacyjnych, szkoleń, seminariów, konferencji, warsztatów</p> <p>2. Organizacja wydarzeń, imprez konkursów, wyjazdów studyjnych</p> <p>3. Współpraca z mediami</p>	<p>1. Organizacja konferencji</p> <p>2. Organizacja wydarzenia plenerowego</p> <p>3. Organizacja kampanii promocyjnej</p>	<p>Mieszkańcy</p> <p>Grupy w niekorzystnej sytuacji</p> <p>Lokalni liderzy</p> <p>Organizacje pozarządowe</p>	<p>1. Organizacja 1 konferencji w której weźmie udział min. 50 osób</p> <p>2. Organizacja 1 wydarzenia plenerowego w którym udział weźmie min 300 osób</p> <p>3. Organizacja kampanii promocyjnej – 1 szt.</p>	<p>Wzrost wiedzy o zasobach obszaru w tym dziedzictwie kulturowym i produktach lokalnych. Wzrost aktywności społeczności lokalnej w tym grup w niekorzystnej sytuacji. Nawiązanie współpracy pomiędzy organizacjami pozarządowymi.</p>
<p>I pół 2029</p>	<p>Analiza zastosowanych działań komunikacyjnych</p>	<p>Badanie satysfakcji</p>	<p>Ankieta elektroniczna</p> <p>Analiza zebranych danych</p>	<p>Odbiorcy działań komunikacyjnych</p> <p>Mieszkańcy</p>	<p>Raport z badania satysfakcji – 1 szt.</p>	<p>Pozykanie informacji o efektywności stosowanych</p>

						działań komunikacyjnych. Identyfikacja zagrożeń i wdrożenie środków zaradczych.
II pół 2029	Poinformowanie mieszkańców o efektach wdrażania LSR	Ewaluacja zewnętrzna	Ankiety Wywiady Zebranie danych własnych Spotkania	Mieszkańcy Potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci Grupy osób w niekorzystnej sytuacji Liderzy lokalni Organizacje pozarządowe	Raport z ewaluacji – 1 szt. Zamieszczenie informacji na stronie i profilu społecznościowym Facebook – 2 szt.	Pozysskanie informacji przez mieszkańców o efektach realizacji LSR.
<p>Budżet przewidziany na działania komunikacyjne obejmuje m.in. wydatki na:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizację spotkań, konferencji, szkoleń, warsztatów • Współpracę z mediami • Zakup materiałów szkoleniowych i biurowych • Przygotowanie materiałów promocyjnych i informacyjnych w wersji elektronicznej i papierowej • Przygotowanie ankiet elektronicznych • Organizację wydarzeń dla społeczności lokalnej <p style="text-align: right;">20 000,00 EURO</p>						

PREZES ZARZĄDU
LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA
"OWOCOWY ZŁĄK"

Grzegorz Winička

