

Plan komunikacji z lokalną społecznością w ramach LSR 2023-2027

Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet – ze wskazaniem źródła finansowania	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz</p>	<p>Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jsfp</p>	<p>- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD. - Strona internetowa gmin członkowskich.</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuł zamieszczony na stronie LGD (ilość: 5), aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych. <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach</p>	<p>PS WPR 0,00 Euro</p>	<p>Monitoring oglądalności strony LGD</p>

księgą wizualizacji w zakresie PS WPR				komunikacyjnych beneficjentów EFSI		
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)	Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji	<ul style="list-style-type: none"> - Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD. - Strona internetowa gmin członkowskich. - Doradztwa indywidualne. <p><i>*rekomenduje się aby LGD korzystała z minimum 2 środków przekazu, z czego 1 nie będzie stroną internetową administrowaną przez LGD. Celem działania ma być dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców.</i></p>	<p><u>Wskaźnik:</u></p> <p>Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych (ilość:5)</p> <p><u>Efekt:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR. - 4 spotkania informacyjno-konsultacyjne (ok. 20 osób na każde spotkanie) 	PS WPR 0,00 Euro	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoring oglądalności strony LGD, - Ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania	Spotkania informacyjno – szkoleniowe dotyczące przygotowania,	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy,	- Spotkania informacyjno-szkoleniowe.	<p><u>Wskaźnik:</u></p> <p>Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (ilość:4),</p>	PS WPR 1.000,00 Euro	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach

środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów	realizacji i rozliczenia operacji	przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jsfp, grupy osób w niekorzystnej sytuacji	- Doradztwa indywidualne.	<u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji		informacyjno-szkoleniowych.
Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów.	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów.	Beneficjenci oraz wnioskodawcy.	- Doradztwo indywidualne/ szkolenia.	<u>Wskaźnik:</u> Liczba szkoleń - 8 <u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	PS WPR 2.000,00 Euro	Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu.
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji .	Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków.	Potencjalni wnioskodawcy – w zależności od naboru.	-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD. - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich -Informacje na portalach społecznościowych – fanpage LGD oraz w	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (ilość:12) Informacje na portalach społecznościowych oraz mediach o zasięgu lokalnym (ilość:12)	PS WPR 0,00 Euro	Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa.

			mediach o zasięgu lokalnym.	<u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji		
Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD.	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji.	Wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji	- Ankieta wypełniana po doradztwie.	<u>Wskaźnik:</u> Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów (ilość:4) <u>Efekt:</u> Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych.	PS WPR 0,00 Euro	Badanie ankietowe
Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym	Kampania informacyjna LGD nt.	Mieszkańcy obszaru LGD.	-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD.	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (ilość:2)	PS WPR 0,00 Euro	Monitoring oglądalności.

okresie programowania.	głównych efektów LSR		<p>-Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich.</p> <p>- Informacje na portalu społecznościowym LGD.</p>	<p>Informacja na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym (ilość:2)</p> <p><u>Efekt:</u></p> <p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie</p>		
------------------------	----------------------	--	--	---	--	--

