



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



PLAN KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ DLA WDRAŻANIA STRATEGII ROZWOJU LOKALNEGO KIEROWANEGO PRZEZ SPOŁECZNOŚĆ (LSR) dla obszaru Lokalnej Grupy Działania „TRZY DOLINY” na lata 2023-2029



Powiat
Bydgoski



Białe
Błota



Dobrcz



Koronowo



Nowa Wieś
Wielka



Osielsko



Sicienko



Solec
Kujawski



1. Główne cele i przesłanki planu komunikacji:

Plan komunikacji uwzględnia realizację obowiązków komunikacyjnych LGD wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego, jako IZ Programu Fundusze Europejskie dla Kujaw i Pomorza 2021-2027 oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR. Istotą planu jest wspieranie realizacji celów LSR poprzez zachęcenie potencjalnych beneficjentów i mieszkańców obszaru objętego LSR do korzystania ze środków przewidzianych na realizację LSR. Plan ten określa główne cele działań komunikacyjnych, odpowiednie środki przekazu, a także identyfikuje adresatów poszczególnych działań (tzw. grupy docelowe). Plan komunikacji jest również narzędziem zachowania oddolnego charakteru realizacji wsparcia w okresie wdrażania LSR. Podejście oddolne jest od LGD wymagane również na etapie wdrażania LSR, a jego wyrazem ma stanowić plan komunikacji LGD ze społecznością lokalną, który musi zakładać aktywizację, budowanie powiązań, zacieśnianie relacji oraz stały kontakt ze społecznością. Takie partnerskie i oddolne podejście prowadzi do integracji członków społeczności, aktywizacji do udziału w życiu społecznym, poczucia sprawczości, by następnie stopniowo sprzyjać dojrzałości obywatelskiej, podejmowaniu własnych inicjatyw, samostanowienia, a nawet kontroli społecznej. W planie komunikacji uwzględniono wnioski z konsultacji społecznych, z których wynika m.in. konieczność dywersyfikacji kanałów informacyjnych, dostosowania ilości i jakości komunikatów do potencjału odbiorców oraz walory edukacyjne, mające bezpośrednie przełożenie na efekty wdrażania LSR, w szczególności osiągnięcie wskaźników produktu i rezultatu.

Analiza potrzeb/problemów komunikacyjnych:

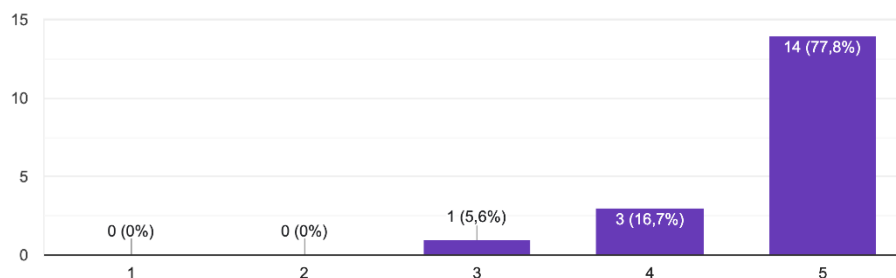
LGD w zakresie realizowanej ewaluacji zewnętrznej realizowanej do końca stycznia 2023 roku zbadało skuteczność i efektywność prowadzonych działań komunikacyjnych na obszarze LSR. „RAPORT Z EWALUACJI ZEWNĘTRZNEJ (EX-POST) STRATEGII ROZWOJU LOKALNEGO KIEROWANEGO PRZEZ SPOŁECZNOŚĆ NA LATA 2014-2020 STOWARZYSZENIA LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA TRZY DOLINY” ocenił prowadzone dotychczas działania komunikacyjne w sposób następujący:

- **Ocena zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych oraz szkoleniowych organizowanych dla potencjalnych beneficjentów:**

Organy LGD/ Jednostki

Jak Państwo oceniacie zrealizowane działania informacyjno-promocyjne oraz szkoleniowe organizowane dla potencjalnych beneficjentów przez „LGD Trzy Doliny”?

18 odpowiedzi

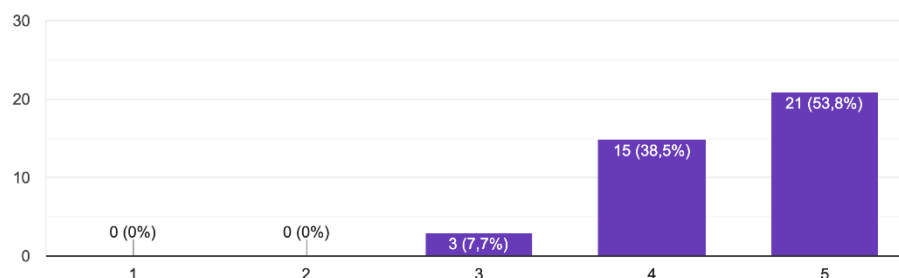


Wykres – Zestawienie wyników badania organów LGD i pracowników w zakresie oceny zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych oraz szkoleniowych organizowanych dla potencjalnych beneficjentów

Beneficjenci

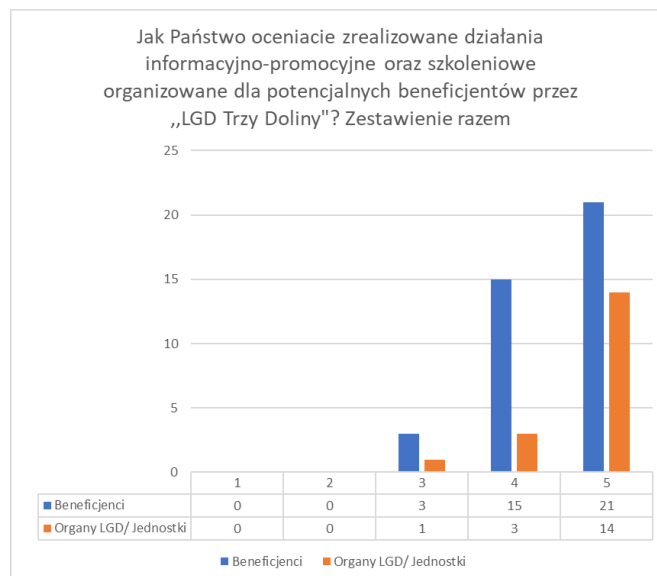
Jak Państwo oceniacie zrealizowane działania informacyjno-promocyjne oraz szkoleniowe organizowane dla potencjalnych beneficjentów przez „LGD Trzy Doliny”?

39 odpowiedzi



Wykres – Zestawienie wyników badania beneficjentów w zakresie oceny zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych oraz szkoleniowych organizowanych dla potencjalnych beneficjentów.

Dane połączone



Wykres – Skumulowane zestawienie wyników badania w zakresie oceny zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych oraz szkoleniowych organizowanych dla potencjalnych beneficjentów.

- **Ocena zrealizowanych działań doradczych dla potencjalnych beneficjentów:**

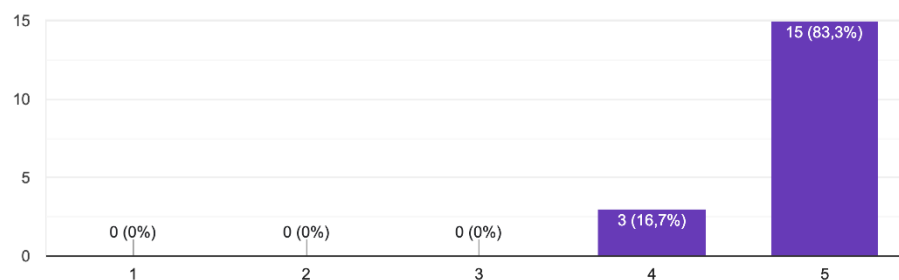
Organy LGD/ Jednostki



Jak Państwo oceniacie zrealizowane działania doradcze dla potencjalnych beneficjentów przez

„LGD Trzy Doliny”

18 odpowiedzi



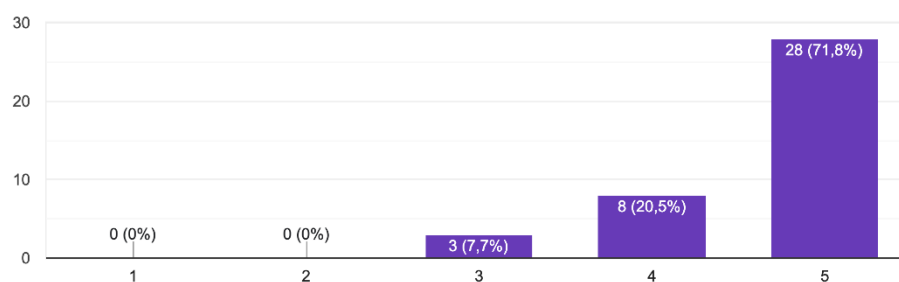
Wykres–Zestawienie wyników badania organów LGD i pracowników w zakresie oceny zrealizowanych działań doradczych dla potencjalnych beneficjentów.

Beneficjenci

Jak Państwo oceniacie zrealizowane działania doradcze dla potencjalnych beneficjentów przez

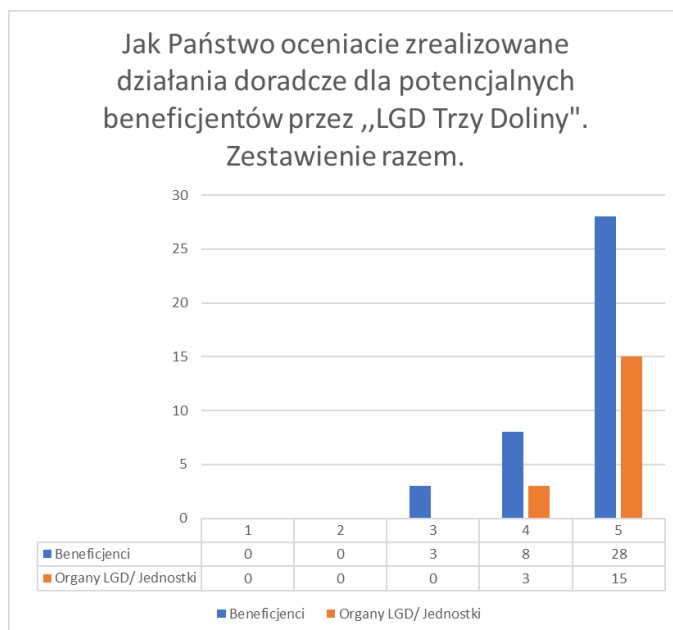
„LGD Trzy Doliny”

39 odpowiedzi



Wykres–Zestawienie wyników badania beneficjentów w zakresie oceny zrealizowanych działań doradczych dla potencjalnych beneficjentów.

Dane połączone



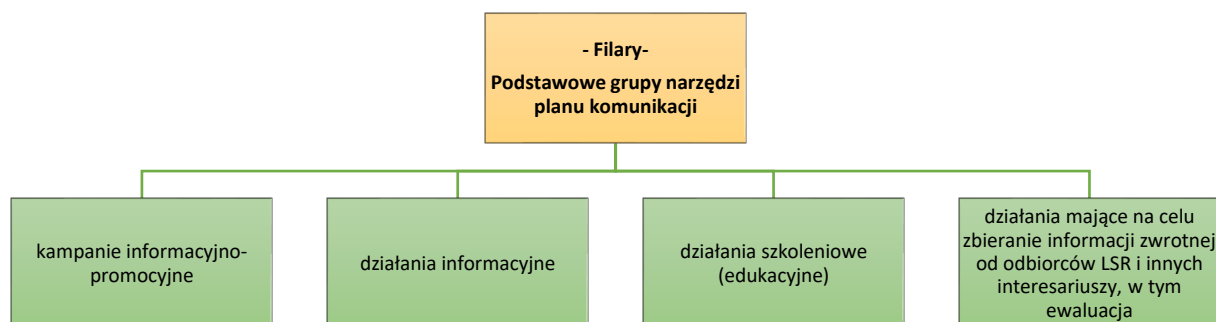
Wykres–Skumulowane zestawienie wyników badania w zakresie oceny zrealizowanych działań doradczych dla potencjalnych beneficjentów.

Opis wyników przeprowadzonej analizy:

Badanie w zakresie oceny zrealizowanych działań doradczych organizowanych dla potencjalnych beneficjentów, realizowane było wśród pracowników LGD, beneficjentów oraz uczestników warsztatów refleksyjnych. Wszystkie grupy respondentów w badaniach wskazują, iż realizowane wsparcie doradcze oceniono, jako bardzo dobre lub dobre. Tego typu ocena pozwala na sformułowanie wniosku o podtrzymanie jakości realizowanego wsparcia doradczego.

Podobnie sytuacja ma się z oceną realizowanych działań informacyjno-promocyjnych oraz szkoleniowych organizowanych dla potencjalnych beneficjentów. Badanie realizowane było wśród pracowników LGD, beneficjentów oraz uczestników warsztatów refleksyjnych. Wszystkie grupy respondentów w badaniach wskazują, iż realizowane wsparcie szkoleniowe oraz działania informacyjno-promocyjne oceniono, jako bardzo dobre lub dobre. Tego typu ocena pozwala na sformułowanie wniosku o podtrzymanie jakości realizowanego wsparcia szkoleniowego i działań informacyjno-promocyjnych.

Opis filarów podstawowych grup narzędzi planu komunikacji:



**Cele planu komunikacji:**

- informowanie beneficjentów o możliwościach pozyskiwania środków w ramach LSR oraz doradztwo w procesie tworzenia i realizacji projektów/operacji
- aktywizacja grup defaworyzowanych i środowisk działających na ich rzecz
- integracja i aktywizacja społeczności lokalnej w oparciu o współpracę trzech sektorów (publicznego, społecznego, gospodarczego)
- budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o już zrealizowanych w ramach lokalnej strategii projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji,
- pozyskanie informacji od lokalnej społeczności o skuteczności środków przekazu i działań komunikacyjnych oraz kierunkach realizacji LSR
- prezentacja efektów wdrażania LSR

Adresaci działań komunikacyjnych:

W ramach instrumentu Rozwój lokalny kierowany przez Społeczność (RLKS) społeczność z danego obszaru tworzy partnerstwo lokalne, które opracowuje i realizuje strategię rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność (LSR). To działanie służące włączeniu obywateli na szczeblu lokalnym w inicjowanie i realizację działań na rzecz rozwoju lokalnego. Z uwagi na główne założenia RLKS tj. podejście partnerskie, oddolność, tworzenie różnego rodzaju sieci, których celem jest pomoc w dzieleniu się doświadczeniami i przekazywanie wiedzy między interesariuszami a LGD, współpracę i partycypację, LGD w ramach wdrażania LSR pragnie zapewnić aktywną komunikację z jak najszerszym gronem odbiorców zamieszkujących i działających na obszarze LSR. W związku z powyższym należy wyszczególnić następujące grupy odbiorców działań komunikacyjnych:

- Lokalni liderzy m.in. sołtysami, radnymi gmin, powiatów, województwa;
- instytucje kulturalne i/lub edukacyjne mające siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotekami, domami kultury, szkołami, uniwersytetami trzeciego wieku;
- organizacje pozarządowe mające siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiającymi młodzież i seniorów) m.in. kołami gospodyń wiejskich, ochotniczymi strażami pożarnymi, klubami sportowymi;
- instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodkami pomocy społecznej, parafiami, warsztatami terapii zajęciowej itp.;
- mieszkańcy obszaru LSR;
- przedsiębiorcy mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR,
- wszyscy potencjalni wnioskodawcy: np. przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, grupy defaworyzowane,
- wnioskodawcy i beneficjenci wspierani przez LGD, członkowie LGD,
- społeczność lokalna obszaru LSR.

2. Opis działań komunikacyjnych, grup docelowych, środków przekazu, opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych:

Termin	Cel działań komunikacyjnych	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki	Planowane efekty działań komunikacyjnych
2023 – 2025						
2023-2025	Informowanie lokalnej społeczności, w tym lokalnych liderów m.in. sołtysów, radnych gmin, powiatów, województwa, o możliwościach pozyskania środków w ramach PS WPR oraz EFS+	Kampania promocyjna PS WPR/EFSA 2023-2025	- Lokalni liderzy m.in. sołtysami, radnymi gmin, powiatów, województwa; - instytucjami kulturalnymi i/lub edukacyjnymi mającymi siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotekami, domami kultury, szkołami, uniwersytetami trzeciego wieku; - organizacjami pozarządowymi mającymi siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiającymi młodzież i seniorów) m.in. kołami gospodyń wiejskich, ochotniczymi strażami pożarnymi, klubami sportowymi; - instytucjami działającymi na rzecz osób w niekorzystnej	- Stworzenie (lub prowadzenie) bazy mailowej lokalnych liderów. - Strona internetowa LGD z newsletterem - Organizowanie raz w roku otwartego wydarzenia (np. festynu, konferencji, rajdu rowerowego, konkursu kulinarnego, spływu kajakowego itp.) dla społeczności z terenu LSR podczas których zapewnione będzie aby: materiały informacyjne promujące wydarzenie zawierały informację o współorganizacji działania przez LGD, podczas wydarzenia co najmniej 2-krotnie uczestnicy zostali poinformowani przez osoby prowadzące wydarzenie o	- Stworzenie 1 bazy mailowej lokalnych liderów. - Stworzenie 1 strony internetowej LDG wraz z newsletterem. (Utworzenie bazy mailowej do newslettera). - min. 1 wydarzenie otwarte w roku kalendarzowym. - min. 1 zorganizowane Forum generalne LGD w roku. - min. 1 zorganizowane spotkanie w każdej gminie w roku. 1 kanał społecznościowy prowadzony przez LGD np. YouTube, Facebook, Instagram. - min. 4 wydania NEWSLETTERA w roku.	- min. 60 osób/podmiotów/adresów/miejskańców obszaru LSR zapisanych do newslettera. - min. 300 uczestników wydarzeń zorganizowanych/współorganizowanych przez LGD, mieszkańców obszaru objętego LSR w roku. - min 1 raport z Forum generalnego LGD. - min. 7 zorganizowanych spotkań informacyjno-konsultacyjnych w każdej gminie (7 raportów) - min. 2000 odsłon/wyświetleń strony w ciągu roku. - min. 4 różne aktywności w każdym miesiącu, w ramach prowadzonych działań z wykorzystaniem mediów społecznościowych.



			sytuacji społecznej m.in. ośrodkami pomocy społecznej, parafiami, warsztatami terapii zajęciowej itp.; • mieszkańcami obszaru LSR; • przedsiębiorcami mającymi siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR,	działalności LGD, wystawione zostało stoisko informacyjne LGD, gdzie każdy z uczestników będzie miał możliwość uzyskania informacji o działalności LGD i możliwości uzyskania wsparcia ze środków LSR. • Zorganizowanie raz w roku Forum generalnego LGD, na które LGD zaprosi uczestników spotkań informacyjno-konsultacyjnych organizowanych w gminach oraz spotkań w zainteresowanych sołectwach, a także przedstawicieli grup docelowych wymienionych w standardzie oraz innych lokalnych partnerów działających w obszarze społecznym i gospodarczym. • zorganizowanie raz w roku 1 spotkania informacyjno-konsultacyjnego z przedstawicielami grup docelowych działań		
--	--	--	--	---	--	--



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską



				komunikacyjnych (w szczególności przedstawicielami sołectw) w każdej gminie obszaru LSR. • Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych LGD przy użyciu co najmniej 1 z mediów społecznościowych np. YouTube, Facebook, Instagram. • Informowanie ZW/wskazanej organizacji/institucji z co najmniej 14-dniowym wyprzedzeniem o wszystkich zaplanowanych przez LGD aktywnościach/wydarzeniach na terenie objętym LSR (m.in. festynach, konkursach, podpisywaniu umów grantowych, szkoleniach, warsztatach), na wskazany przez ZW adres mailowy .		
2023-2025	Pomoc potencjalnym beneficjentom w przygotowywaniu	Kampania edukacyjna PS WPR/EFS+ 2023-2025	• Lokalni liderzy m.in. sołtysami, radnymi gmin, powiatów, województwa;	• Organizacja bezpłatnych szkoleń w zakresie zasad przyznawania pomocy	• min. 1 szkolenie/część szkolenia dot. każdego ogłoszonego konkursu	• Ilość osób przeszkolonych w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie

	wniosków i pozyskiwaniu środków.		• instytucjami kulturalnymi i/lub edukacyjnymi mającymi siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotekami, domami kultury, szkołami, uniwersytetami trzeciego wieku; • organizacjami pozarządowymi mającymi siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiającymi młodzież i seniorów) m.in. kołami gospodyń wiejskich, ochotniczymi strażami pożarnymi, klubami sportowymi; • instytucjami działającymi na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodkami pomocy społecznej, parafiami, warsztatami terapii zajęciowej itp.; • mieszkańcami obszaru LSR; • przedsiębiorcami mającymi siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR,	i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia. Dopuszcza się możliwość organizacji szkoleń, które swoją tematyką (zakresem) będą obejmować więcej niż jeden konkurs.		pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia – 200 osób
--	----------------------------------	--	---	---	--	--

2023-2025	Pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR	Działania informacyjne LGD	Wnioskodawcy i beneficjenci wspierani przez LGD, członkowie LGD.	- Ankiety elektroniczne, - Ankiety tradycyjne, - Spotkania konsultacyjne.	- min 1 ankieta elektroniczna i tradycyjna - min 1 spotkanie konsultacyjne w roku	- Ilość osób, które wypełniły ankiety w roku kalendarzowym – 20 ankiet - Ilość uczestników każdego spotkania konsultacyjnego – 20 osób
2023-2025	Sposoby upubliczniania wyników działań w ramach planu komunikacji oraz sposobów ich wykorzystania na dalszych etapach realizacji LSR	Feedback i ewaluacja LGD/LSR.	- Wnioskodawcy i beneficjenci wspierani przez LGD, członkowie LGD. - Społeczność lokalna obszaru LSR.	Strona internetowa LGD z newsletterem	min. 1 rocznie, publikacja sprawozdania zawierająca wyniki działań w ramach planu komunikacji oraz sposobów ich wykorzystania na dalszych etapach realizacji LSR.	Wzrost liczby mieszkańców obszaru LGD dostrzegających pozytywne efekty wdrażania LSR
Termin	Cel działań komunikacyjnych	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki	Planowane efekty działań komunikacyjnych
2026-2029						
2026-2029	Informowanie lokalnej społeczności, w tym lokalnych liderów m.in. sołtysów, radnych gmin, powiatów, województwa, o możliwościach pozyskania środków w ramach PS WPR oraz EFS+	Kampania promocyjna PS WPR/EFSA 2026-2029	- Lokalni liderzy m.in. sołtysami, radnymi gmin, powiatów, województwa; - instytucjami kulturalnymi i/lub edukacyjnymi mającymi siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotekami, domami kultury, szkołami,	Stworzenie (lub prowadzenie) bazy mailowej lokalnych liderów.	Stworzenie 1 bazy mailowej lokalnych liderów	
				Strona internetowa LGD z newsletterem	Stworzenie 1 strony internetowej LGD wraz z newsletterem. (Utworzenie bazy mailowej do newslettera).	min. 60 osób/podmiotów/adresów/mieszkańców obszaru LSR zapisanych do newslettera

			uniwersytetami trzeciego wieku; - organizacjami pozarządowymi mającymi siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiającymi młodzież i seniorów) m.in. kołami gospodyń wiejskich, ochotniczymi strażami pożarnymi, klubami sportowymi; - instytucjami działającymi na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodkami pomocy społecznej, parafiami, warsztatami terapii zajęciowej itp.; - mieszkańcami obszaru LSR; - przedsiębiorcami mającymi siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR,	Stworzenie obowiązkowego rollup'a, który informuje o finansowaniu ze środków europejskich	Rollup 1 szt -o wymiarach 100cm x200cm zgodnie z wizualizacją przekazana przez ZW	
			(w szczególności skupiającymi młodzież i seniorów) m.in. kołami gospodyń wiejskich, ochotniczymi strażami pożarnymi, klubami sportowymi; instytucjami działającymi na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodkami pomocy społecznej, parafiami, warsztatami terapii zajęciowej itp.; mieszkańcami obszaru LSR; przedsiębiorcami mającymi siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR,	Organizowanie raz w roku otwartego wydarzenia (np. festynu, konferencji, rajdu rowerowego, konkursu kulinarnego, sptywu kajakowego itp.) dla społeczności z terenu LSR podczas których zapewnione będzie aby: materiały informacyjne promujące wydarzenie zawierały informację o współorganizacji działania przez LGD, podczas wydarzenia co najmniej 2-krotnie uczestnicy zostali poinformowani przez osoby prowadzące wydarzenie o działalności LGD, wystawione zostało stoisko informacyjne LGD, gdzie każdy z uczestników będzie miał możliwość uzyskania informacji o działalności LGD i	min. 1 zorganizowane wydarzenie w roku lub - min. 3 MPI /rok (źródło weryfikacji: sprawozdanie - opracowanie własne LGD)	min. 300 uczestników wydarzenia/wydarzeń zorganizowanych/współorganizowanych przez LGD, mieszkańców obszaru objętego LSR w roku

				możliwości uzyskania wsparcia ze środków LSR.		
				Zorganizowanie raz w roku otwartego seminarium LGD (skierowanego do wszystkich grup docelowych wymienionych w standardzie) pn. „Lubię tu być – łączy nas RLKS”, podczas którego LGD przedstawi dotychczasowe osiągnięcia oraz postępy we wdrażaniu Lokalnej Strategii Rozwoju (LSR).	min. 1 zorganizowane seminarium LGD w roku	sprawozdanie z realizacji seminarium (opracowanie własne LGD)
				Mobilny Punkt Doradczy LGD (MPD) – w przypadku LGD wielofunduszowych zapewnienie mieszkańcom obszaru objętego LSR bezpośredniego i regularnego dostępu do doradztwa oraz informacji na temat działań LGD poprzez organizację dyżurów	min. 4 MPD na obszarze działania LGD	sprawozdanie z dyżuru doradczego (opracowanie własne LGD)



				przedstawicieli LGD w gminach.		
				- Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych LGD przy użyciu co najmniej 1 z mediów społecznościowych np. YouTube, Facebook, Instagram. Z uwagi na główny cel mediów, jakim jest bieżący kontakt z lokalną społecznością, za ich pośrednictwem obligatoryjnie będą przekazywane informacje dotyczące: - szkoleń dla potencjalnych wnioskodawców/gran tobiorców, - naborów wniosków o przyznanie pomocy /wniosków o powierzenie grantów, - otwartych wydarzeń organizowanych przez LGD, - dyżurów Mobilnego Punktu Informacyjnego (MPI) oraz Mobilnego	1 kanał społecznościowy prowadzony przez LGD np. YouTube, Facebook, Instagram	min. 20 aktywności w ciągu roku w ramach prowadzonych działań z wykorzystaniem mediów społecznościowych

				Punktu Doradczego (MPD), - organizacji dorocznego seminarium „Lubię tu być – łączy nas RLKS.		
				Informowanie ZW z co najmniej 14-dniowym wyprzedzeniem o zaplanowanych przez LGD w ramach planu komunikacji aktywnościach na terenie objętym LSR, tj. wręczeniu umów, szkoleniach dla potencjalnych wnioskodawców/gran tobiorców, dyżurów w gminach (MPD), dorocznym seminarium „Lubię tu być – łączy nas RLKS” na wskazany przez ZW adres mailowy		
2026-2029	Pomoc potencjalnym beneficjentom w przygotowywaniu wniosków i pozyskiwaniu środków.	Kampania edukacyjna PS WPR/EFS+ 2026-2029	- Lokalni liderzy m.in. sołtysami, radnymi gmin, powiatów, województwa; - instytucjami kulturalnymi i/lub edukacyjnymi mającymi siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotekami, domami	Organizacja bezpłatnych szkoleń w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie	min. 1 szkolenie/część szkolenia dot. każdego ogłoszonego konkursu	Ilość osób przeszkolonych w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia – 200 osób

			kultury, szkołami, uniwersytetami trzeciego wieku; • organizacjami pozarządowymi mającymi siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiającymi młodzież i seniorów) m.in. kołami gospodyń wiejskich, ochotniczymi strażami pożarnymi, klubami sportowymi; • instytucjami działającymi na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodkami pomocy społecznej, parafiami, warsztatami terapii zajęciowej itp.; • mieszkańcami obszaru LSR; przedsiębiorcami mającymi siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR,	trwania ogłoszenia. Dopuszcza się możliwość organizacji szkoleń, które swoją tematyką (zakresem) będą obejmować więcej niż jeden konkurs.		
2026-2029	Sposoby upubliczniania wyników działań w ramach planu komunikacji oraz sposobów ich wykorzystania na	Feedback i ewaluacja LGD/LSR.	• Wnioskodawcy i beneficjenci wspierani przez LGD, członkowie LGD. Społeczność lokalna obszaru LSR.	• Strona internetowa LGD z newsletterem	min. 1 rocznie, publikacja sprawozdania zawierająca wyniki działań w ramach planu komunikacji oraz sposobów ich wykorzystania na dalszych etapach realizacji LSR.	Wzrost liczby mieszkańców obszaru LGD dostrzegających pozytywne efekty wdrażania LSR



Fundusze
Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską

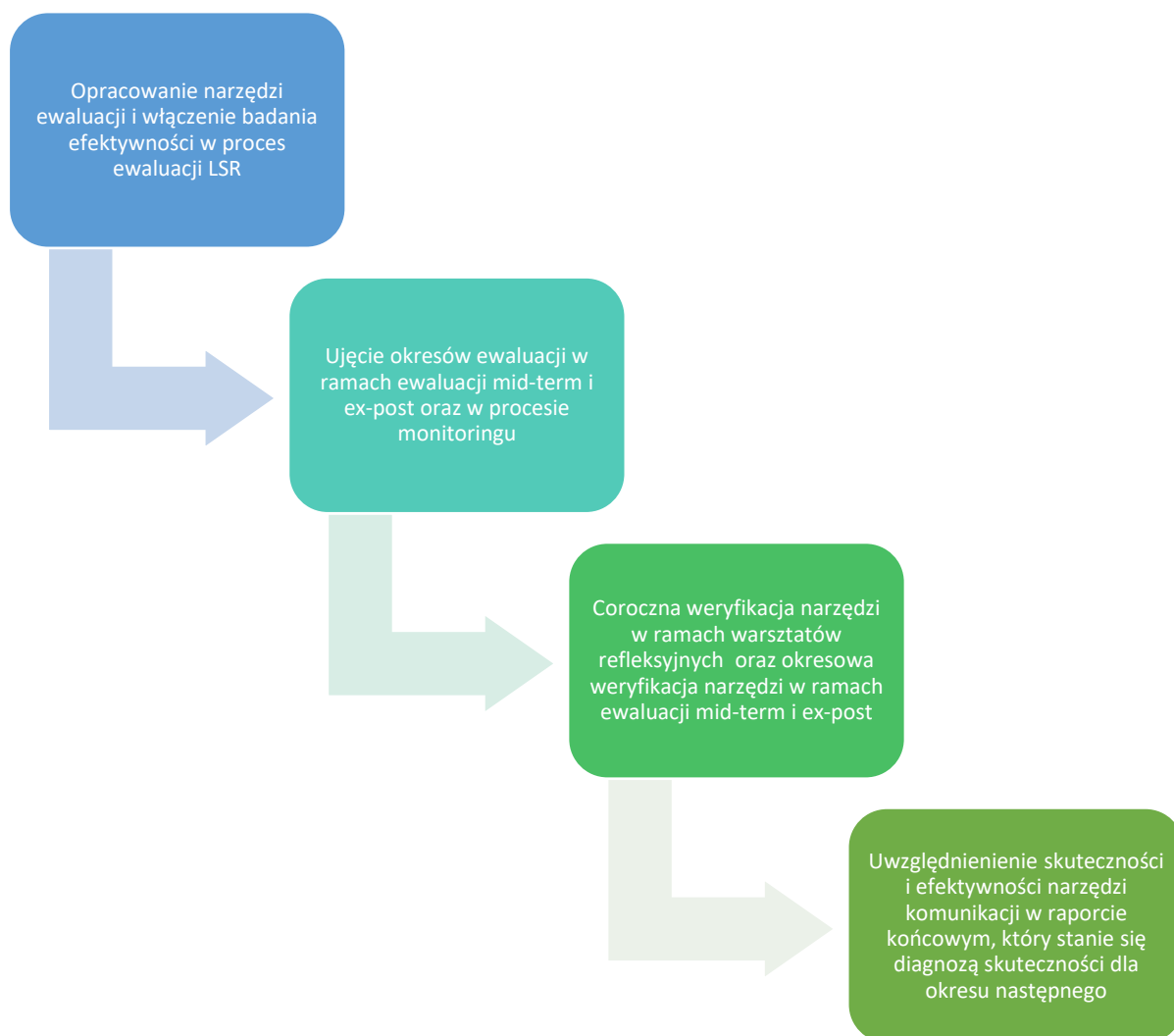


	dalszych etapach realizacji LSR					
--	------------------------------------	--	--	--	--	--



3. Opis sposobu, w jaki będzie analizowana efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu (w tym tryb korygowania planu komunikacji):

Analiza efektywności działań komunikacyjnych przewiduje cykliczne badanie stosowanych środków przekazu i zaproponowanych działań komunikacyjnych pod kątem osiągnięcia planowanych efektów, a także racjonalnego wykorzystania budżetu planu komunikacji. Ewaluacja /analiza efektywności będzie elementem planu ewaluacji i będzie odbywała się zarówno w ramach ewaluacji mid-term jak i ex-post, a wyniki badań ewaluacyjnych wykorzystane zostaną do dokonania zmian i korekt, aby uczynić plan komunikacji i uwzględnione w nim narzędzia bardziej efektywnymi. Konstruując powyższe założenia planu komunikacji bazowano na dorobku i ocenie efektywności działań prowadzonych w poprzednim okresie i okresie bieżącym przypadającym na moment konstruowania planu komunikacji. Proponowana procedura korygowania planu komunikacji:



4. Szacunkowy budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem głównych kategorii wydatków:

Działanie komunikacyjne	Szacowana kwota wydatków w PLN	Główne kategorie wydatków
Kampania promocyjna PS WPR/EFS+ 2023-2029	54 000,00	• baza mailowa lokalnych liderów • strona internetowa LDG wraz z newsletterem • wydarzenia otwarte • spotkania z sołtysami • prowadzenie kanału społecznościowego • Informowanie ZW o działaniach LGD
Kampania edukacyjna PS WPR/EFS+ 2023-2029	32 000,00	• Organizacja bezpłatnych szkoleń w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia.
Działania informacyjne LGD	4 000,00	• Ankiety elektroniczne, • Ankiety tradycyjne, • Spotkania konsultacyjne.
Feedback i ewaluacja LGD/LSR.	10 000,00	• Strona internetowa LGD z newsletterem • Opracowanie raportów.
RAZEM:	100 000,00	

.....
(Podpis osób upoważnionych)