

## Załącznik nr 3 Plan komunikacji ze społecznością lokalną

Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjne-go	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet – ze wskaza-niem źródła finansowania	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
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 księgą wizualizacji w zakresie PS WPR	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jsfp	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuł zamieszczony na stronie LGD (ilość:1), aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	bezkosztowo	Monitoring oglądalności strony LGD
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD</li> <li>- Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich</li> <li>- Informacje na portalach społecznościowych-fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym</li> </ul>	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych (ilość:2)</p> <p>Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość:1)</p>	bezkosztowo	Monitoring oglądalności strony LGD, ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD

Załącznik nr 3 Plan komunikacji ze społecznością lokalną

		grup osób w niekorzystnej sytuacji	<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>	<u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR		
<b>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów</b>	Spotkania informacyjno – szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jsfp, grupy osób w niekorzystnej sytuacji	- Spotkania informacyjno-szkoleniowe	<u>Wskaźnik:</u> Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (ilość:20), w tym minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wniosków Ilość osób uczestniczących w spotkaniach: 150  <u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	500,00 zł/spotkanie szkolenie	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych

Załącznik nr 3 Plan komunikacji ze społecznością lokalną

<p><b>Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów</b></p>	<p>Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów</p>	<p>Beneficjenci oraz wnioskodawcy</p>	<p>- Doradztwo indywidualne/ szkolenia</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart/ewidencji udzielonego doradztwa/50 Liczba szkoleń: 10</p> <p><u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów</p>	<p>500,00zł/szkolenie</p>	<p>Karta / ewidencja udzielonego doradztwa/ Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu</p>
<p><b>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji</b></p>	<p>Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków</p>	<p>Potencjalni wnioskodawcy – w zależności od naboru</p>	<p>-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich -Informacje na portalach społecznościowych – fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym</p> <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</i></p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (ilość:1)</p> <p>Informacje na portalach społecznościowych oraz mediach o zasięgu lokalnym (ilość:1)</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji</p>		<p>Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa</p>

Załącznik nr 3 Plan komunikacji ze społecznością lokalną

			<i>być dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców</i>		
<b>Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD</b>	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: 100)  <u>Efekt:</u> Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych	Badanie ankietowe
<b>Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania</b>	Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD -Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalu społecznościowym LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym  <i>*rekomenduje się aby LGD korzystała z minimum 2 środków przekazu, z czego</i>	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (ilość:1)  Informacja na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym (ilość:2)  <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o	Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów

Załącznik nr 3 Plan komunikacji ze społecznością lokalną

			<i>1 nie będzie stroną internetową administrowaną przez LGD. Celem działania ma być dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców.</i>	efektach realizacji LSR w całym okresie		
--	--	--	---	---	--	--