

*Załącznik nr 2 do Umowy o warunkach i sposobie realizacji
Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność
nr 00007.UM03.6572.10014.2023 z dnia 14.12.2023r.*

*Załącznik do Uchwały nr 3/V/2023
Zarządu Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania „Nasze Roztocze” z dnia 05.06.2023r.*



Plan komunikacji z lokalną społecznością Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania „Nasze Roztocze”



Plan
Strategiczny dla
Wspólnej
Polityki
Rolnej
na lata 2023-2027



Dofinansowane przez
Unię Europejską



PLAN KOMUNIKACJI

Plan komunikacji Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania „Nasze Roztocze” służy przekazywaniu i pozyskiwaniu informacji w relacjach pomiędzy społecznością lokalną a Stowarzyszeniem, którego zadaniem jest rozwijanie potencjału społeczności lokalnej, w tym osiągnięcie celów strategii poprzez organizowanie różnego rodzaju działań animujących, włączających, integrujących i szkoleniowych. Opracowany plan określa podstawowe zasady prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych LSR, opisuje cele, zakładane działania informacyjne i promocyjne, wskazuje adresatów działań, zakładane wskaźniki oraz efekty działań komunikacyjnych, przewidziany budżet, a także efektywność działań komunikacyjnych.

Plan komunikacji został przygotowany z wykorzystaniem metod partycypacyjnych (m.in. kawiarenki obywatelskiej, konsultacji w ramach Mobilnego Punktu Konsultacyjnego w każdej gminie LGD, badania ankietowego, konsultacji on-line). Wszystkie działania komunikacyjne przeanalizowano pod kątem ich trafności oraz uzyskanych informacji zwrotnych. Realizacja działań komunikacyjnych LGD ma zapewnić prawidłowe i efektywne wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju.

Główne cele i przesłanki leżące u podstaw opracowania planu komunikacji

Przesłanki planu komunikacji

W celu właściwego określenia głównych celów działań komunikacyjnych, dopasowania do nich odpowiednich działań komunikacyjnych i środków przekazu, zebrano i przeanalizowano następujące dane:

a) wnioski z „Raportu z Ewaluacji zewnętrznej Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność za okres od 18.05.2016r. do 31.12.2021r.” dla Stowarzyszenia LGD „Nasze Roztocze”,

Zgodnie z przeprowadzonym badaniem ewaluacyjnym najbardziej przydatne pod względem komunikacyjnym były bezpośrednie spotkania skierowane do potencjalnych wnioskodawców organizowane przed naborami, a najpopularniejszą formą komunikacji był Internet. W nowej perspektywie finansowej LGD nadal będzie organizować bezpośrednie spotkania szkoleniowe skierowane do potencjalnych wnioskodawców przed planowanymi naborami wniosków, zwłaszcza dla zakresu dotyczącego wsparcia przedsiębiorczości, projektów grantowych oraz projektów realizowanych w partnerstwie i projektów partnerskich. Będzie także realizować informowanie o zasadach przyznawania pomocy finansowej za pośrednictwem Internetu. Dodatkowo w działaniach LGD zostanie uwzględniona promocja ciekawych projektów.

b) informacje dot. preferowanych działań i kanałów komunikacyjnych zebrane podczas spotkań konsultacyjnych z mieszkańcami obszaru LGD oraz badań ankietowych przeprowadzonych na potrzeby opracowania LSR 2023-2027. Dzięki zebranych informacjom na temat oczekiwanych sposobów komunikacji LGD ze społecznością lokalną, Stowarzyszenie określiło źródła, z których mieszkańcy czerpią informacje o działaniach prowadzonych przez LGD oraz ustaliło ich skuteczność, wskazało jakimi informacjami dotyczącymi działalności LGD są zainteresowani mieszkańcy i za pośrednictwem jakich kanałów komunikacyjnych i w jakim celu powinny być przekazywane te informacje.

Podczas spotkań konsultacyjnych z mieszkańcami obszaru LGD, które odbyły się na obszarze LSR oraz za pomocą przeprowadzonego badania ankietowego, LGD zbierało informacje od mieszkańców dot. preferowanych działań i kanałów komunikacyjnych. Analiza badań ankietowych dot. preferencji odbiorców wskazuje, że 60,3% wszystkich ankietowanych preferuje środki przekazu dystrybuowane drogą elektroniczną (strona internetowa LGD, Facebook). Według ankietowanych najmniej chętnie przy pozyskiwaniu informacji wykorzystywane są: media lokalne (np. gazeta, radio, telewizja).

W wyniku przeprowadzonych analiz powyżej opisanych działań LGD określiła główne cele Planu Komunikacji:

1. Wzrost świadomości i wiedzy mieszkańców LGD na temat założeń LSR oraz zasad ubiegania się o pomoc w ramach LSR
2. Angażowanie mieszkańców w działalność LGD oraz w proces wdrażania LSR
3. Angażowanie grup w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR do korzystania ze wsparcia w ramach LSR
4. Budowanie wizerunku LGD jako instytucji wspierającej rozwój lokalny

5. Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny jakości udzielonego doradztwa oraz działań animacyjnych realizowanych przez LGD pod kątem przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie
6. Promocja dobrych praktyk osiągniętych za pośrednictwem środków na wdrażanie LSR zarówno na terenie LGD jak i w innych regionach

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

W celu skutecznego dotarcia do społeczności lokalnej działania komunikacyjne zaplanowano następujące działania komunikacyjne:

- kampanię informacyjną na temat założeń LSR,
- spotkania informacyjne LGD z mieszkańcami przed naborami wniosków,
- wsparcie doradcze,
- badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie oraz o rozliczenie zrealizowanych operacji,
- szkolenia dotyczące praktycznego stosowania rozwiązań innowacyjnych oraz planowanych metod wdrożenia innowacji na obszarze LGD, promocja dobrych praktyk z zakresu wpływu innowacji na rozwój obszaru LGD,
- szkolenia/wydarzenia dotyczące tworzenia sieci i powiązań, poszukiwania i kojarzenia partnerów, wymiany wiedzy i dobrych praktyk w zakresie integracji społecznej i wspólnej realizacji nowych pomysłów / inicjatyw,
- szkolenia i promocja dotyczące dobrych praktyk z zakresu tworzenia i funkcjonowania zagród edukacyjnych, gospodarstw opiekuńczych,
- szkolenia/wydarzenia dotyczące tworzenia sieci i powiązań, poszukiwania i kojarzenia partnerów, wymiany wiedzy i dobrych praktyk w zakresie rozwoju i promocji potencjału turystycznego i środowiskowego obszaru i wspólnej realizacji nowych pomysłów / inicjatyw, tworzenie elektronicznych baz podmiotów poszukujących partnerów do realizacji projektów,
- ankietyzację społeczności lokalnej, beneficjentów i uczestników działań animacyjnych i doradztwa realizowanego przez LGD,
- kampanię informacyjną na temat zrealizowanych projektów,
- organizację konferencji podsumowującej efekty wdrażania LSR.

Udział społeczności lokalnej oraz wyodrębnionych z niej grup interesariuszy w procesie komunikacji będzie szeroki i otwarty. Nabór uczestników wszystkich działań animacyjnych i informacyjnych również będzie otwarty. W przypadku limitowanej liczby uczestników decydować będzie kolejność zgłoszeń lub kryteria wyboru zamieszczone wraz z ogłoszeniem o szkoleniu/wydarzeniu.

Proces komunikacji został dostosowany do potrzeb i oczekiwań różnych grup mieszkańców obszaru LGD poprzez zastosowanie przyjaznych dla odbiorców i zróżnicowanych środków komunikacji.

Środki przekazu danych działań komunikacyjnych wyszczególniono biorąc pod uwagę opinie mieszkańców obszaru LGD. Są to głównie strona internetowa LGD, profil na portalu społecznościowym Facebook, doradztwo indywidualne w biurze LGD. Ponadto w celu dotarcia do szerokiej grupy odbiorców LGD będzie wykorzystywać: mailing, materiały informacyjne, biuletyny informacyjne gmin członkowskich, bezpośrednie spotkania i szkolenia.

Dodatkowo na stronie internetowej LGD zostanie utworzony panel konsultacyjny jako internetowe, innowacyjne narzędzie komunikacji z lokalną społecznością, służące również zachęcaniu do współpracy i zgłaszania nowych inicjatyw i pomysłów dotyczących działalności i funkcjonowania LGD oraz pogłębiania partnerstwa. Pozwoli to mieszkańcom na aktywne włączanie się w działania realizowane przez LGD, a także na zgłaszanie swoich uwag i pomysłów LSR. Ta metoda partycypacji jest szczególnie istotna dla młodych mieszkańców obszaru oraz kobiet, które ze względu na konieczność np. opieki nad dziećmi są mniej mobilne. W stosunku do seniorów informacje o realizowanych działaniach będą zamieszczane w Biuletynach informacyjnych wydawanych przez gminy członkowskie LGD, które są chętnie czytane przez przedstawicieli tej grupy społecznej a także przez bezpośrednie

kontakty z Klubami Seniora, a w przypadku osób z niepełnosprawnościami z Warsztatami Terapii Zajęciowej. Inicjatywy i pomysły, które wpłyną za pośrednictwem panelu konsultacyjnego zostaną przeanalizowane przez Zarząd LGD, te które zostaną uznane za racjonalne i zasadne będą uwzględnione w planie komunikacji.

Zakłada się, że działania zaplanowane w planie komunikacji przełożą się na zwiększenie zaangażowania społeczności lokalnej w działalność LGD oraz zachęcą potencjalnych beneficjentów do aplikowania o środki.

Wskazanie adresatów, do których kierowane będą poszczególne działania komunikacyjne wynika z zapisanych w LSR celów i przedsięwzięć oraz z charakteru poszczególnych operacji. Na tej podstawie wyszczególniono następujących adresatów działań komunikacyjnych do których będą skierowane działania planu komunikacji:

- mieszkańcy obszaru LGD,
- potencjalni wnioskodawcy, w tym: osoby fizyczne, rolnicy/domownicy małych gospodarstw, organizacje pozarządowe, jednostki sektora finansów publicznych, instytucje kultury, przedsiębiorcy z sektora MŚP, osoby młode, seniorzy oraz grupy osób w niekorzystnej sytuacji (osoby z niepełnosprawnościami, kobiety),
- uczestnicy kampanii informacyjnych oraz szkoleń/wydarzeń organizowanych przez LGD.

Działania podejmowane w przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD

W przypadku problemów z realizacją LSR, działania komunikacyjne zostaną rozszerzone i ukierunkowane na poszczególne grupy docelowe istotne z punktu widzenia planowanego wsparcia.

1. Dla działań dedykowanym osobom w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR - informacje przekazywane do lokalnych organizacji pozarządowych, dyrektorów szkół, przedstawiciele gminnych ośrodków kultury oraz ośrodków pomocy społecznej i podmiotów zajmujących się wsparciem osób potrzebujących, ponadto przeprowadzone zostaną dodatkowe spotkania informacyjne.
2. Dla działań dedykowanym przedsiębiorcom - płatna informacja w prasie, informacja w regionalnych rozgłośniach radiowych w czasie antenowym o największej słuchalności, dodatkowe spotkania informacyjne.
3. Dla działań kierowanych jednostkom sektora finansów publicznych i organizacjom pozarządowym przeprowadzone zostaną spotkania informacyjne, na które zaproszeni zostaną przedstawiciele gmin z obszaru LGD oraz organizacje pozarządowe, działające w obszarach planowanego wsparcia.

Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych

Plan komunikacji określa wskaźniki realizacji i efekty, które odpowiadają przypisanym do nich środkom przekazu. Wskaźniki rezultatu są policzalne, aby na bieżąco monitorować skuteczność prowadzonych działań komunikacyjnych. Przy monitorowaniu wartości wskaźników wykorzystane będą m.in. następujące narzędzia: Google Analytics, screeny ze strony internetowej i profilu Facebook, e-maile, rejestry doradztwa, opracowane prezentacje i materiały szkoleniowe, ankiety, listy obecności, raporty.

Wszystkie przypisane do poszczególnych celów i działań komunikacyjnych efekty są mierzalne, osiągalne, posiadają wyznaczony termin realizacji oraz są zorientowane na grupy docelowe.

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

Analizowanie efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu odbywać się będzie poprzez okresowe (raz do 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 udzielonego doradztwa itd., stosownie do charakteru danego wskaźnika. W przypadku stwierdzenia, że któreś z działań komunikacyjnych nie przynosi pożądanych efektów, przewiduje się zastosowanie planu naprawczego. Polegać on będzie na modyfikacji dotychczasowych praktyk komunikacyjnych lub zastąpieniu ich nowymi, które w ocenie LGD będą bardziej odpowiednie dla osiągnięcia wyznaczonych celów. Plan komunikacji zawiera indykacyjny budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem głównych kategorii wydatków. Został on szczegółowo przedstawiony poniższej tabeli.

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
Wzrost świadomości i wiedzy mieszkańców LGD na temat założeń LSR oraz zasad ubiegania się o pomoc w ramach LSR	Kampania informacyjna na temat założeń LSR	Mieszkańcy obszaru LGD, potencjalni wnioskodawcy, w tym: osoby fizyczne, rolnicy, organizacje pozarządowe, jsfp, instytucje kultury, przedsiębiorcy, przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji	<ul style="list-style-type: none"> - informacje na stronie internetowej LGD, - informacje na Facebooku, - wysyłanie wiadomości e-mail do osób i podmiotów z listy kontaktowej LGD, - biuletyny informacyjne gmin członkowskich 	<p>Wskaźnik realizacji:</p> <p>Liczba prowadzonych stron internetowych – 1 szt.</p> <p>Liczba prowadzonych profili na Facebooku - 1 szt.</p> <p>Liczba artykułów i ogłoszeń - 6 szt.</p> <p>Efekt: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o założeniach LSR, naborach wniosków, zasadach ubiegania się o pomoc w ramach LSR</p>	0,00 zł, działanie realizowane w ramach kosztów bieżących	Monitoring odwiedzin strony internetowej LGD, analiza liczby wysłanych wiadomości,
Wzrost świadomości i wiedzy mieszkańców LGD na temat założeń LSR oraz zasad ubiegania się o pomoc w ramach LSR	Spotkania informacyjne LGD z mieszkańcami przed naborami wniosków	Mieszkańcy obszaru LGD, potencjalni wnioskodawcy, w tym: osoby fizyczne, rolnicy, organizacje pozarządowe, jsfp, instytucje kultury, przedsiębiorcy, przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji	<ul style="list-style-type: none"> - ogłoszenia o spotkaniach na stronie internetowej, - - ogłoszenia o spotkaniach na Facebooku, - wysyłanie wiadomości e-mail do osób i podmiotów z listy kontaktowej LGD, - prezentacja multimedialna, - materiały informacyjne - bezpośrednie spotkania 	<p>Wskaźnik realizacji:</p> <p>Liczba spotkań informacyjnych – 10 szt.</p> <p>Liczba osób uczestniczących w spotkaniach informacyjnych – 150 osób</p> <p>Efekt: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków, możliwościach realizacji operacji, kryteriach wyboru operacji, procedurze oceny i wyboru operacji do dofinansowania</p>	5000 zł PS WPR	Listy obecności

<p>Wzrost świadomości i wiedzy mieszkańców LGD na temat założeń LSR oraz zasad ubiegania się o pomoc w ramach LSR</p>	<p>Wsparcie doradcze</p>	<p>Mieszkańcy obszaru LGD, potencjalni wnioskodawcy, w tym: osoby fizyczne, rolnicy, organizacje pozarządowe, jsfp, instytucje kultury, przedsiębiorcy, przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>Doradztwo w zakresie przygotowania wniosku o przyznanie pomocy w ramach LSR świadczone w Biurze LGD</p>	<p>Wskaźnik realizacji: Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa – 100 osób/ podmiotów Efekt: Liczba podmiotów, które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa świadczonego w Biurze LGD – 50 osób/ podmiotów</p>	<p>0,00 zł, działanie realizowane w ramach kosztów bieżących</p>	<p>Karty udzielonego doradztwa</p>
<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności realizacji obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez Właściwe IŻ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR</p>	<p>Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	<p>Mieszkańcy obszaru LGD, potencjalni wnioskodawcy, w tym: osoby fizyczne, rolnicy, organizacje pozarządowe, jsfp, instytucje kultury, przedsiębiorcy, przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>Informacje na stronie internetowej LGD</p>	<p>Wskaźnik realizacji: Liczba informacji zamieszczonych na stronie – 1 szt. Efekt: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	<p>0,00 zł, działanie realizowane w ramach kosztów bieżących</p>	<p>Monitoring odwiedzin strony internetowej LGD</p>
<p>Angażowanie mieszkańców w działalność LGD oraz</p>	<p>Animowanie do wdrożenia innowacji - szkolenia dotyczące</p>	<p>Mieszkańcy obszaru LGD, przedsiębiorcy z</p>	<p>- ogłoszenia o szkoleniach na stronie internetowej, -</p>	<p>Wskaźnik realizacji: Liczba szkoleń dot. wdrożenia innowacji – 2 szt.</p>	<p>2 000,00 zł PS WPR</p>	<p>Listy obecności, liczba złożonych wniosków</p>

w proces wdrażania LSR	praktycznego stosowania rozwiązań innowacyjnych oraz planowanych metod wdrożenia innowacji na obszarze LGD, promocja dobrych praktyk z zakresu wpływu innowacji na rozwój obszaru LGD	sektora MŚP prowadzący działalność gospodarczą na obszarze LGD	ogłoszenia o szkoleniach na Facebooku, - wysyłanie wiadomości e-mail do osób i podmiotów z listy kontaktowej LGD, - materiały informacyjne - bezpośrednie spotkania	Efekt: Liczba osób uczestniczących w szkoleniach dot. wdrożenia innowacji – 20 osób		
Angażowanie mieszkańców w działalność LGD oraz w proces wdrażania LSR	Animowanie do realizacji działań partnerskich na rzecz włączenia społecznego mieszkańców - szkolenia / wydarzenia dotyczące tworzenia sieci i powiązań, poszukiwania i kojarzenia partnerów, wymiany wiedzy i dobrych praktyk w zakresie integracji społecznej i wspólnej realizacji nowych pomysłów / inicjatyw	Jednostki sektora finansów publicznych, organizacje pozarządowe działające na rzecz włączenia społecznego mieszkańców	- ogłoszenia o szkoleniach / wydarzeniach na stronie internetowej, na Facebooku, - wysyłanie wiadomości e-mail do osób i podmiotów z listy kontaktowej LGD, - materiały informacyjne - bezpośrednie spotkania	Wskaźnik realizacji: Liczba szkoleń/wydarzeń dot. realizacji działań partnerskich na rzecz włączenia społecznego mieszkańców – 3 szt. Efekt: Liczba osób uczestniczących w szkoleniach/wydarzeniach – 50 osób	3 000,00 zł PS WPR	Listy obecności, liczba złożonych wniosków
Angażowanie grup osób w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR do korzystania ze wsparcia w ramach LSR	Szkolenia i promocja dotyczących dobrych praktyk z zakresu tworzenia i funkcjonowania zagród edukacyjnych, gospodarstw opiekuńczych	Rolnicy prowadzący gospodarstwa agroturystyczne, rolnicy prowadzący / współprowadzący małe gospodarstwa rolne planujący	- ogłoszenia o szkoleniach na stronie internetowej, - ogłoszenia o szkoleniach na Facebooku, - wysyłanie wiadomości e-mail do osób i	Wskaźnik realizacji: Liczba szkoleń dot. tworzenia i funkcjonowania zagród edukacyjnych, gospodarstw opiekuńczych – 2 szt. Efekt: Liczba osób uczestniczących w szkoleniach dot. tworzenia i	10 000,00 zł PS WPR	Listy obecności, liczba złożonych wniosków

		założenie zagród edukacyjnych lub gospodarstw opiekuńczych	podmiotów z listy kontaktowej LGD, - prezentacja multimedialna, - materiały informacyjne - bezpośrednie spotkania	funkcjonowania zagród edukacyjnych, gospodarstw opiekuńczych – 30 osób		
Angażowanie mieszkańców w działalność LGD oraz w proces wdrażania LSR	Szkolenia / wydarzenia dotyczące tworzenia sieci i powiązań, poszukiwania i kojarzenia partnerów, wymiany wiedzy i dobrych praktyk w zakresie rozwoju i promocji potencjału turystycznego i środowiskowego obszaru i wspólnej realizacji nowych pomysłów / inicjatyw, tworzenie elektronicznych baz podmiotów poszukujących partnerów do realizacji projektów	Organizacje pozarządowe realizujące projekty partnerskie z partnerem spoza obszaru LGD w tym partnerem zagranicznym	- ogłoszenia o szkoleniach/wydarzeniach na stronie internetowej, - ogłoszenia o szkoleniach/wydarzeniach na Facebooku, - wysyłanie wiadomości e-mail do osób i podmiotów z listy kontaktowej LGD, - prezentacja multimedialna, - materiały informacyjne - bezpośrednie spotkania	Wskaźnik realizacji: Liczba szkoleń/wydarzeń dot. realizacji działań partnerskich – 2 szt. Efekt: Liczba osób uczestniczących w szkoleniach/wydarzeniach dot. realizacji działań partnerskich – 30 osób	3 000,00 zł PS WPR	Listy obecności, liczba złożonych wniosków
Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny jakości udzielonego doradztwa oraz działań animacyjnych realizowanych przez LGD pod kątem	Ankietyzacja społeczności lokalnej, beneficjentów i uczestników działań animacyjnych i doradztwa realizowanego przez LGD	Mieszkańcy obszaru LGD, potencjalni wnioskodawcy, w tym: osoby fizyczne, rolnicy, organizacje pozarządowe, jsfp,	Badanie ankietowe	Wskaźnik realizacji: Zebranie min. 300 ankiet Efekt: Liczba osób i podmiotów zadowolonych z doradztwa i działań animacyjnych realizowanych przez LGD 250 osób	0,00 zł, działanie realizowane w ramach kosztów bieżących	Informacja zwrotna w formie ankiet oceniających jakość przeprowadzonych spotkań, ankiet oceniających jakość udzielonego doradztwa, ankiet

przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie		instytucje kultury, przedsiębiorcy, przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji				oceniających jakość działań animacyjnych realizowanych przez LGD
Budowa wizerunku LGD, jako instytucji wspierającej rozwój lokalny	Kampania informacyjna na temat zrealizowanych projektów	Mieszkańcy obszaru LGD, potencjalni wnioskodawcy, w tym: osoby fizyczne, rolnicy, organizacje pozarządowe, jsfp, instytucje kultury, przedsiębiorcy, przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji	- fotorelacje na stronie internetowej LGD, - fotorelacje na Facebooku	Wskaźnik realizacji: Liczba fotorelacji ze zrealizowanych projektów – 50 szt. Efekt: Poinformowanie osób korzystających z Internetu, posiadających profile społecznościowe o efektach realizacji LSR	0,00 zł, działanie realizowane w ramach kosztów bieżących	Monitoring oglądalności strony LGD
Ocena jakości i efektów działalności LGD i realizacji LSR na funkcjonowanie i rozwój społeczności lokalnej	Prezentacja wyników przeprowadzonej ewaluacji zewnętrznej	Mieszkańcy obszaru LGD, potencjalni wnioskodawcy, w tym: osoby fizyczne, rolnicy, organizacje pozarządowe, jsfp, instytucje kultury, przedsiębiorcy, przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji	- strona internetowa LGD	Wskaźnik realizacji: Liczba zamieszczonych Raportów ewaluacji zewnętrznej - 1 szt. Efekt: Dotarcie z informacją do osób korzystających z Internetu, posiadających profile społecznościowe	10 000,00 zł, działanie realizowane w ramach kosztów bieżących PS WPR	Raport ewaluacji zewnętrznej

<p>Promocja dobrych praktyk osiągniętych za pośrednictwem środków na wdrażanie LSR zarówno na terenie LGD jak i w innych regionach</p>	<p>Organizacja konferencji podsumowującej efekty wdrażania LSR</p>	<p>Mieszkańcy obszaru LGD, beneficjenci realizujący projekty w ramach wdrażania LSR</p>	<p>- prezentacja multimedialna - prezentacja dobrych praktyk w realizacji projektów przez beneficjentów LGD - bezpośrednie spotkanie</p>	<p>Wskaźnik realizacji: Liczba zorganizowanych konferencji – 1 szt. Efekt: Liczba uczestników konferencji – 60 osób</p>	<p>4 000,00 zł PS WPR</p>	<p>Lista obecności</p>
--	--	---	--	--	--------------------------------	------------------------