

## Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością do umowy nr 00023.UM06.6572.20027.2023 z dnia 11 stycznia 2024 roku.

Prezentacja głównych celów i przesłanek leżących u podstaw opracowania Planu komunikacji z lokalną społecznością.

Plan komunikacji Zielonego Pierścienia Tarnowa opracowany został z wykorzystaniem uwag i propozycji zgłaszanych przez przedstawicieli społeczności lokalnej podczas konsultacji społecznych przeprowadzonych w ramach budowania LSR, a także na bazie doświadczeń i wyników ewaluacji dokonanych po okresie realizacji poprzednich LSR. Dzięki szerokiej partycypacji społeczności lokalnej możliwe było zdefiniowanie dotychczasowych problemów komunikacyjnych oraz zaprojektowanie komunikacji w taki sposób, by zagwarantować dwustronność przekazu oraz umożliwić pozyskiwanie informacji zwrotnej od mieszkańców (partycypacja i partnerski dialog jako nadrzędne zasady planu komunikacji)

**Celem głównym** Planu Komunikacji jest szerokie dotarcie do mieszkańców i interesariuszy z informacjami o Lokalnej Strategii Rozwoju i realizowanych działaniach w jej ramach, przy zastosowaniu metod i narzędzi dostosowanych do zróżnicowanych grup docelowych.

**Celami szczegółowymi są:**

- **Zauważenie i zainteresowanie na temat LSR wśród społeczności lokalnej**  
Zwiększenie świadomości społecznej i wzbudzenie zainteresowania na temat LSR oraz jej celów (zapewnienie widoczności) . Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji)
- **Zrozumienie LSR wśród społeczności lokalnej**  
Przekazywanie praktycznych komunikatów, dotyczących zasad i kryteriów udzielania wsparcia z budżetu LSR, co przełożyć powinno się na zwiększenie zaangażowania społeczności lokalnej w realizację dokumentu, przy jednoczesnym podniesieniu jakości zgłaszanych wniosków konkursowych. Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów.
- **Zaufanie**  
Zapewnianie szerokiej akceptacji społecznej dla działań rozwojowych i kierunków rozwojowych realizowanych przy pomocy LSR. Informowanie mieszkańców o stanie realizacji LSR, w tym o stopniu osiągnięcia celów i wskaźników.
- **Zaangażowanie**  
Budowanie gotowości do podjęcia działań aktywizujących społeczność i wyrażanie opinii nt. realizacji LSR. Aktywizacja mieszkańców obszaru LGD, zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD.

Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie.

Planowane działania mają wzbudzić zainteresowanie oraz zachęcić potencjalnych beneficjentów do aplikowania o środki, zwiększając liczbę zrealizowanych działań i inwestycji, a przez to wzmocnić konkurencyjność i atrakcyjność obszaru objętego LSR.

Zaproponowany plan komunikacji ma za zadanie zlikwidować dotychczasowe niedostatki komunikacyjne, a także zagwarantować dwustronność przekazu oraz umożliwić pozyskiwanie informacji zwrotnej od mieszkańców.

## Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością do umowy nr 00023.UM06.6572.20027.2023 z dnia 11 stycznia 2024 roku.

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 itd.

### Opis działań komunikacyjnych

Szerokie upowszechnienie informacji o LSR i standardy działań partycypacyjnych będą miały zastosowanie na etapie wdrażania LSR. Włączenie lokalnych społeczności w działania wdrożeniowe to warunek konieczny do osiągnięcia głównych celów LSR. Mieszkańcy muszą mieć poczucie, że zmiany w ich otoczeniu kształtowane są z myślą o nich i przy ich udziale.

### Działania komunikacyjne będą prowadzone przez cały okres realizacji LSR:

- Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR
- Kampania informacyjna nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD
- Informowanie o sposobie realizacji i rozliczania projektów
- Ogłoszenie konkursu
- Ogłoszenie wyników konkursu
- Podsumowanie roczne

### Działania komunikacyjne podejmowane w przypadku problemów z realizacją LSR:

- Kampania informacyjna dotycząca konieczności aktualizacji Strategii
- Konsultacje społeczne dotyczące aktualizacji LSR (m.in. możliwość zgłaszania pomysłów na projekty)

Aby utrzymać zainteresowanie szerokiego grona mieszkańców, a także zaangażować grupy mało aktywne, które – z różnych przyczyn (brak wiedzy o LSR, brak doświadczeń takich działań, brak zaufania i niechęć do podejmowania działań wspólnych) – nie chcą się angażować - wykorzystane zostaną założenia metody animacji.

### Grupy docelowe, do których skierowany jest plan komunikacji, to przede wszystkim grupy kluczowe z punktu widzenia realizacji LSR, czyli:

- osoby fizyczne zamieszkałe na obszarze LSR (w tym także dzieci, młodzież, liderzy lokalni, rolnicy),
- osoby fizyczne, które nie są zamieszkałe na obszarze LSR (turysty/przyjezdni),
- osoby fizyczne, zamierzające prowadzić lub prowadzące działalność gospodarczą,
- osoby prawne, jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej, którym ustawa przyznaje zdolność prawną oraz grupy nieformalne, (organizacje pozarządowe i ich członkowie, OSP, kółta gospodyń wiejskich, zespoły regionalne, twórcy ludowi, grupy zamierzające realizować projekty na rzecz mieszkańców obszaru LGD),
- jednostki samorządu terytorialnego,

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością do umowy nr 00023.UM06.6572.20027.2023 z dnia 11 stycznia 2024 roku.

- pracownicy i członkowie LGD Zielony Pierścień Tarnowa
- oraz przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji (tj. kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy, ludzie młodzi do 25 roku życia)

Działania skierowane są także do wszystkich mieszkańców – ukierunkowane zostały bowiem tak, aby zapewniały podnoszenie aktywności oraz poziomu wiedzy na temat możliwości realizacji operacji w ramach Lokalnej Strategii Rozwoju.

#### Środki przekazu

- biuro LGD jako punkt konsultacyjny (doradztwo indywidualne w biurze LGD) - który w jednym miejscu i w krótkim czasie umożliwi uzyskanie pełnej informacji o realizowanych projektach, konkursach, możliwościach pozyskania partnera; ankiety po doradztwie indywidualnym
- wykorzystanie strony internetowej i mediów społecznościowych LGD oraz stron internetowych gmin do public relations LSR;
  - informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD
  - informacje na oficjalnych stronach internetowych gmin obszaru LGD
  - ogłoszenia na portalach społecznościowych (przede wszystkim Facebook)
  - newsletter LGD
- spotkania/warsztaty konsultacyjne z mieszkańcami obszaru LGD
- mailing - rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną
- ogłoszenia na tablicach informacyjnych

Wszystkie informacje będą dostosowane do osób ze specjalnymi potrzebami uwzględniając wszelkie standardy dostępności.

Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych.

#### 1. Działanie komunikacyjne:

Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR

**Pomiar poprzez wskaźniki:**

## Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością do umowy nr 00023.UM06.6572.20027.2023 z dnia 11 stycznia 2024 roku.

1. liczba zamieszczonych artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD) lub w mediach społecznościowych
2. liczba zorganizowanych spotkań konsultacyjnych ( badanie ankietowe po spotkaniu)
3. liczba odbiorców newslettera

### **Planowane efekty:**

1. liczba osób do których dotarła informacja o LSR (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż. , ludzie młodzi do 25 r.ż.)
2. podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o głównych założeniach LSR (wyniki ankiet po spotkaniach).

### **2. Działanie komunikacyjne:**

Kampania informacyjna nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD

#### **Pomiar poprzez wskaźniki:**

1. liczba zamieszczonych artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD) lub w mediach społecznościowych
2. liczba odbiorców newslettera
3. liczba wystanych maili
4. doradztwo telefoniczne dla zainteresowanych osób

### **Planowane efekty:**

1. liczba osób do których dotarła informacja o kryteriach wyboru operacji (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż. , ludzie młodzi do 25 r.ż.)
2. podniesienie poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów

### **3. Działanie komunikacyjne:**

Informowanie o sposobie realizacji i rozliczania projektów

#### **Pomiar poprzez wskaźniki:**

1. liczba osób korzystających z konsultacji w biurze oraz telefonicznych (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż. , ludzie młodzi do 25 r.ż.)

### **Planowane efekty:**

1. podniesienie poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów

**4. Działanie komunikacyjne:**

Ogłoszenie konkursu

**Pomiar poprzez wskaźniki:**

1. liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej LGD lub w mediach społecznościowych
2. liczba zamieszczonych artykułów na stronach gmin partnerskich
3. liczba odbiorców newslettera
4. liczba ogłoszeń zamieszczonych na tablicach informacyjnych
5. liczba osób korzystających z konsultacji w biurze oraz telefonicznych (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)

**Planowane efekty:**

1. podniesienie poziomu wiedzy na temat warunków i możliwości aplikowania o wsparcie zgodnie z LSR (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)
2. zwiększenie liczby projektów realizowanych w ramach otwierania/rozwijania przedsiębiorczości (tym samym zwiększenie wskaźnika zatrudnienia)

**5. Działanie komunikacyjne:**

Ogłoszenie wyników konkursu

**Pomiar poprzez wskaźniki:**

1. liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej LGD lub w mediach społecznościowych

**Planowane efekty:**

1. liczba osób do których dotarła informacja o wynikach konkursu

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością do umowy nr 00023.UM06.6572.20027.2023 z dnia 11 stycznia 2024 roku.

<p><b>6. Działanie komunikacyjne:</b> Podsumowanie roczne LSR</p>	<p><b>Pomiar poprzez wskaźniki:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. liczba osób uczestniczących w spotkaniach podsumowujących (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)</li> <li>2. liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej LGD lub w mediach społecznościowych</li> <li>3. liczba zamieszczonych artykułów na stronach gmin partnerskich</li> </ol> <p><b>Planowane efekty:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. przekazanie informacji wynikających z podsumowania rocznego</li> </ol>
<p><b>Opis sposobu, w jaki będzie analizowana efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu (w tym tryb korygowania planu komunikacji).</b></p> <p>Plan komunikacji przewiduje cykliczne badania przynoszonych efektów oraz racjonalności budżetowej. Przewidywane działania zakładają ponadto aktywny udział mieszkańców lub przynajmniej otrzymanie informacji zwrotnej w skutek przesłanej korespondencji. Regularnie prowadzona ocena przedstawiana będzie w formie publikacji zestawień (okresowych i rocznych) na oficjalnej stronie LGD. W razie stwierdzenia niskiej efektywności działań komunikacyjnych (w tym zastosowanych środków przekazu) zastosowany zostanie plan naprawczy, polegający na modyfikacji dotychczasowych praktyk komunikacyjnych lub zastąpieniu ich nowymi, które będą bardziej odpowiednie dla osiągnięcia wyznaczonych celów. Przed wprowadzeniem każdej modyfikacji w ramach planu naprawczego przewiduje się zarówno poinformowanie odbiorców planu komunikacyjnego (za pomocą newslettera, stron internetowych oraz portali społecznościowych), jak i konsultowanie propozycji z mieszkańcami, beneficjentami oraz grupami docelowymi – za pomocą ankiet oraz podczas spotkań konsultacyjnych.</p> <p>Plan komunikacji wynika z dotychczasowych doświadczeń oraz uwag i propozycji zgłaszanych przez mieszkańców, beneficjentów oraz reprezentantów grup docelowych LSR. Przewiduje działania dotyczące zbierania informacji o funkcjonowaniu LGD oraz poziomie zadowolenia z realizacji LSR. W przypadku stwierdzenia niezadowolenia z metod wdrażania LSR oraz nieprzychylności wobec braku działań podejmowanych przez LGD, konieczne będzie wdrożenie środków zaradczych. Wyróżnić wśród nich należy: organizację spotkań przedstawicieli LGD z mieszkańcami i beneficjentami oraz przeprowadzenie badań ankietowych, a także przyjmowanie uwag bezpośrednio w Biurze LGD. Po zebraniu opinii i wysłuchaniu uwag, LGD będzie zobowiązana do odniesienia się do otrzymanych informacji zwrotnych, przygotowanie propozycji zmian zawartych w aktualizacji LSR oraz ponowne skonsultowanie ich (tymi samymi metodami) ze społecznością lokalną.</p>	

Indykacyjny budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem głównych kategorii wydatków - przy założeniu minimalizacji wydatków na gadzety reklamowe oraz publikacji wymagających druku.

**Działania komunikacyjne (źródło finansowania EFRROW):**

1. Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR - **EFRRROW**
2. Kampania informacyjna nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD - **EFRRROW**
3. Informowanie o sposobie realizacji i rozliczania projektów - **EFRRROW**
4. Ogłoszenie konkursu - **EFRRROW**
5. Ogłoszenie wyników konkursu - **EFRRROW**
6. Podsumowanie roczne - **EFRRROW**

**Suma: 10 000,00 euro**

**Główne kategorie wydatków:** - koszty osobowe, - wynajem obiektów i sal, - kampanie sponsorowane w mediach społecznościowych, - usługi związane z przeprowadzeniem akcji i wydarzeń animacyjnych/aktywizujących, koszty pośrednie, koszt merytorycznych materiałów drukowanych (np. ankiety), koszty graficzne i informatyczne

**Działania komunikacyjne (źródło finansowania EFRR):**

1. Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR - **EFRR**
2. Kampania informacyjna nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD - **EFRR**
3. Informowanie o sposobie realizacji i rozliczania projektów - **EFRR**
4. Ogłoszenie konkursu - **EFRR**
5. Ogłoszenie wyników konkursu - **EFRR**
6. Podsumowanie roczne - **EFRR**

**Suma: 3 000,00 euro**

**Główne kategorie wydatków:** - koszty osobowe, - wynajem obiektów i sal, - kampanie sponsorowane w mediach społecznościowych, - usługi związane z przeprowadzeniem akcji i wydarzeń animacyjnych/aktywizujących, koszty pośrednie, koszt merytorycznych materiałów drukowanych (np. ankiety), koszty graficzne i

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością do umowy nr 00023.UM06.6572.20027.2023 z dnia 11 stycznia 2024 roku.

informatyczne

**Działania komunikacyjne (źródło finansowania EFS+):**

1. Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR – EFS+
2. Kampania informacyjna nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD – EFS+
3. Informowanie o sposobie realizacji i rozliczania projektów - EFS+
4. Ogłoszenie konkursu – EFS+
5. Ogłoszenie wyników konkursu – EFS+
6. Podsumowanie roczne – EFS+

**Suma: 6 000,00 euro**

**Główne kategorie wydatków:** - koszty osobowe, - wynajem obiektów i sal, - kampanie sponsorowane w mediach społecznościowych, - usługi związane z przeprowadzeniem akcji i wydarzeń animacyjnych/aktywizujących, koszty pośrednie, koszt merytorycznych materiałów drukowanych (np. ankiety), koszty graficzne i informatyczne

Termin rok	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego – grupa docelowa	Środki przekazu	Planowane do osiągnięcia wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego	Planowane efekty działania komunikacyjnego	Planowany budżet działania komunikacyjnego ze wskazaniem głównych kategorii wydatków oraz źródła finansowania (fundusz: EFRROW, EFRR, EFS+).
2024	Zauważenie i zainteresowanie na temat LSR wśród społeczności lokalnej	1. Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR	wszyscy potencjalni wnioskodawcy (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich	strony internetowe (LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD) lub media społecznościowe	3 - liczba zamieszczonych artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD) lub w mediach społecznościowych	350 - liczba osób do których dotarła informacja o LSR (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnością	źródła finansowania : EFRROW Kwota: 400 euro
2027							

			<p><b>opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)</b></p>	<p>spotkania konsultacyjne ( badanie ankietowe po spotkaniu)</p>	<p><b>1</b> - liczba zorganizowanych spotkań konsultacyjnych ( badanie ankietowe po spotkaniu)</p>	<p>ią ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)</p>	
<p><b>2024</b> - <b>2027</b></p>	<p><b>Zauważenie i zainteresowanie na temat LSR wśród społeczności lokalnej</b></p>	<p><b>2.</b> Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR - <b>EFRR</b></p>	<p>wszyscy potencjalni wnioskodawcy (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: <b>kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)</b></p>	<p>strony internetowe (LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD) lub media społecznościowe</p>	<p><b>3</b> - liczba zamieszczonych artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD) lub w mediach społecznościowych</p>	<p><b>350</b> - liczba osób do których dotarła informacja o LSR (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: <b>kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)</b></p>	<p>źródła finansowania: <b>EFRR</b>  <b>Kwota: 400 euro</b></p>

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością do umowy nr 00023.UM06.6572.20027.2023 z dnia 11 stycznia 2024 roku.

			newsletter LGD	600 - liczba odbiorców newslettera	- podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o głównych założeniach LSR (wyniki ankiet po spotkaniach).	
2024 - 2027	Zauważenie i zainteresowanie na temat LSR wśród społeczności lokalnej	3. Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR - EFS+	wszyscy potencjalni wnioskodawcy (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)  strony internetowe (LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD) lub media społecznościowe  spotkania konsultacyjne ( badanie ankietowe po spotkaniu)  newsletter LGD	3 - liczba zamieszczonych artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD) lub w mediach społecznościowych  1 - liczba zorganizowanych spotkań konsultacyjnych ( badanie ankietowe po spotkaniu)  600 - liczba odbiorców newslettera	350 - liczba osób do których dotarła informacja o LSR (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)  - podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o głównych założeniach LSR (wyniki ankiet po spotkaniach).	źródła finansowania: EFS+  Kwota: 400 euro



Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością do umowy nr 00023.UM06.6572.20027.2023 z dnia 11 stycznia 2024 roku.

			<p><b>opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)</b></p>	<p>newsletter LGD poczta internetowa</p>	<p><b>600</b> - liczba odbiorców newslettera <b>120</b> - liczba wysłanych maili</p>	<p>ią i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)</p>	
<p><b>2024</b> - <b>2027</b></p>	<p><b>Zrozumienie LSR wśród społeczności lokalnej</b></p>	<p>Kampania informacyjna nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD – EFS+</p>	<p>wszyscy potencjalni wnioskodawcy (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: <b>kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)</b></p>	<p>strona internetowa LGD lub media społecznościowe newsletter LGD poczta internetowa konsultacje telefoniczne</p>	<p>3- liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej LGD lub w mediach społecznościowych <b>600</b> - liczba odbiorców newslettera <b>40</b> - liczba wysłanych maili <b>40</b> – liczba konsultacji telefonicznych</p>	<p><b>400</b> - liczba osób do których dotarła informacja o LSR (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: <b>kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)</b></p>	<p>źródła finansowania: <b>EFSS+</b> <b>Kwota: 400 euro</b></p>
				<p>konsultacje telefoniczne</p>		<p>- podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o głównych</p>	

					zakożeńiach LSR (wyniki ankiet po spotkaniach).		
2025 - 2029	Zrozumienie LSR wśród społeczności lokalnej	Informowanie o sposobie realizacji i rozliczania projektów - EFRROW	Beneficjenci (projektodawcy)	- doradztwo indywidualne w biurze LGD oraz telefoniczne	40 - liczba osób, którym udzielono konsultacji w biurze LGD lub telefonicznie (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)	- podniesienie poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów	źródła finansowania: EFRROW  Kwota: 400 euro
2025 - 2029	Zrozumienie LSR wśród społeczności lokalnej	Informowanie o sposobie realizacji i rozliczania projektów - EFRR	Beneficjenci (projektodawcy)	- doradztwo indywidualne w biurze LGD oraz telefoniczne	20 - liczba osób, którym udzielono konsultacji w biurze LGD lub telefonicznie (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety,	- podniesienie poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów	źródła finansowania: EFRR  Kwota: 400 euro

				osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)			
<b>2025</b> -	<b>Zrozumienie LSR wśród społeczności lokalnej</b>	Informowanie o sposobie realizacji i rozliczania projektów - <b>EFFS+</b>	Beneficjenci (projektodawcy)	- doradztwo indywidualne w biurze LGD oraz telefoniczne	<b>12</b> - liczba osób, którym udzielono konsultacji w biurze LGD lub telefonicznie (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)	- podniesienie poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów)	źródła finansowania: <b>EFFS+</b>  <b>Kwota: 400 euro</b>
<b>2025</b> -	<b>Zrozumienie LSR wśród społeczności lokalnej</b>	Ogłoszenie konkursu - <b>EFFROW</b>	mieszkańcy obszaru (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: <b>kobiety, osoby z niepełnosprawność</b>	Strony internetowe LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD lub	<b>13</b> - liczba zamieszczonych artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD) lub w mediach społecznościowych	- podniesienie poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów	źródła finansowania: <b>EFFROW</b>  <b>Kwota: 400 euro</b>

			<p>cią i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)</p> <p>media społecznościowe newsletter LGD</p> <p>gminne tablice informacyjne - doradztwo indywidualne w biurze LGD oraz telefoniczne</p>	<p>600 - liczba odbiorców newslettera</p> <p>36 - liczba ogłoszeń na tablicach gminnych 40 - liczba osób, którym udzielono konsultacji w biurze LGD lub telefonicznie (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)</p>	<p>- podniesienie poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów</p>	
2025 - 2027	Zrozumienie LSR wśród społeczności lokalnej	Ogłoszenie konkursu - EFRR	<p>mieszkańcy obszaru (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnością</p> <p>Strony internetowe LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD lub</p>	<p>13 - liczba zamieszczonych artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD) lub w mediach społecznościowych</p>		<p>źródła finansowania: EFRR</p> <p><b>Kwota: 400 euro</b></p>

			cięż i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)	media społecznościowe newsletter LGD	600 - liczba odbiorców newslettera 36 - liczba ogłoszeń na tablicach gminnych 20 - liczba osób, którym udzielono konsultacji w biurze LGD lub telefonicznie (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)		
2025 - 2027	Zrozumienie LSR wśród społeczności lokalnej	Ogłoszenie konkursu EFS+	mieszkańcy obszaru (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: <b>kobiety, osoby z</b>	Strony internetowe LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD lub	11 - liczba zamieszczonych artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD) lub	- podniesienie poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów (wyniki ankiet po spotkaniach szkoleniowych i doradczych)	źródła finansowania: EFS+  <b>Kwota: 400 euro</b>

			niepełnosprawność i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)	media społecznościowe newsletter LGD	w mediach społecznościowych <b>600</b> - liczba odbiorców newslettera		
				gminne tablice informacyjne	24 - liczba ogłoszeń na tablicach gminnych		
				- doradztwo indywidualne w biurze LGD oraz telefoniczne	<b>8</b> - liczba osób, którym udzielono konsultacji w biurze LGD lub telefonicznie (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)		
<b>2026</b> -	Zaufanie	Ogłoszenie wyników konkursu <b>EFFROW</b>	Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)	Strony internetowe LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD	<b>13</b> - liczba zamieszczonych artykułów na stronach internetowych	<b>400</b> - liczba osób do których dotarła informacja z o wynikach konkursu	źródła finansowania: <b>EFFROW</b>  Kwota: <b>400 euro</b>
<b>2028</b>							

<b>2026</b> - <b>2028</b>	<b>Zaufanie</b>	Ogłoszenie wyników konkursu - <b>EFRR</b>	Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)	Strony internetowe LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD	<b>13</b> - liczba zamieszczonych artykułów na stronach internetowych LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD lub w mediach społecznościowych	<b>400</b> - liczba osób do których dotarła informacja z o wynikach konkursu	źródła finansowania: <b>EFRR</b>  <b>Kwota: 400 euro</b>	
<b>2026</b> - <b>2029</b>	<b>Zaufanie</b>	Ogłoszenie wyników konkursu - <b>EFSS+</b>	Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)	Strony internetowe LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD lub media społeczności owe	<b>11</b> -liczba zamieszczonych artykułów na stronach internetowych LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD lub w mediach społecznościowych	<b>300</b> - liczba osób do których dotarła informacja z o wynikach konkursu  - podniesienie poziomu wiedzy	źródła finansowania: <b>EFSS+</b>  <b>Kwota: 400 euro</b>	

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością do umowy nr 00023.UM06.6572.20027.2023 z dnia 11 stycznia 2024 roku.

						mieszkańców o realizowanych projektach na obszarze LSR	
2024	Zaangażowa nie	Podsumowanie roczne LSR - <b>EFRR</b>	Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)	Spotkanie podsumowuj ące	5 - liczba spotkań podsumowujących	75 – liczba uczestników spotkań podsumowujących	źródła finansowania: <b>EFRR</b>
2029	Zaangażowa nie	Podsumowanie roczne LSR - <b>EFRR</b>	Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)	Spotkanie podsumowuj ące	5 - liczba spotkań podsumowujących	75 – liczba uczestników spotkań podsumowujących	źródła finansowania: <b>EFRR</b>
2024	Zaangażowa nie	Podsumowanie roczne LSR - <b>EFRR</b>	Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)	Strony internetowe LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD lub media społeczności owe	5 - liczba zamieszczonych artykułów na stronach internetowych LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD lub w mediach społecznościowych	500 - liczba osób do których dotarła informacja podsumowująca	Kwota: 400 euro
2029	Zaangażowa nie	Podsumowanie roczne LSR - <b>EFRR</b>	Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)	Strony internetowe LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD lub	5 - liczba zamieszczonych artykułów na stronach internetowych	500 - liczba osób do których dotarła informacja podsumowująca	Kwota: 400 euro

			media społecznościowe	LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD lub w mediach społecznościowych			
2024 - 2029	Zaangażowanie	Podsumowanie roczne LSR - EFS+	Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)	Spotkanie podsumowujące Strony internetowe LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD lub media społecznościowe	5 - liczba spotkań podsumowujących 5 - liczba zamieszczonych artykułów na stronach internetowych LGD oraz 6 gmin z obszaru LGD lub w mediach społecznościowych	75 – liczba uczestników spotkań podsumowujących 500 - liczba osób do których dotarła informacja podsumowująca	źródła finansowania: EFS+ Kwota: 400 euro