

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 umożliwiać 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 różnicowanych 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 osiągania 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 umożliwiać pozyskiwanie informacji zwrotnej od mieszkańców.

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, koła gospodyń wiejskich, zespoły regionalne, twórcy ludowi, grupy zamierzające realizować projekty na rzecz mieszkańców obszaru LGD),
- jednostki samorządu terytorialnego,
- 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 zapewniły 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:**

1. liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej lub w mediach społecznościowych LGD
2. liczba zorganizowanych spotkań konsultacyjnych ( badanie ankietowe po spotkaniu)

3. liczba odbiorców newslettera - dla programu EFRROW

**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 stronie internetowej lub w mediach społecznościowych LGD
2. liczba odbiorców newslettera - dla programu EFRROW
3. liczba wysłanych 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 uczestników spotkania dla programu EFRROW w zakresie: *Rozwój przedsiębiorczości w tym rozwój biogospodarki lub zielonej*
2. liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej lub w mediach społecznościowych LGD
3. liczba zamieszczonych artykułów na stronach gmin partnerskich
4. liczba odbiorców newslettera dla programu EFRROW
5. liczba ogłoszeń zamieszczonych na tablicach informacyjnych
6. 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 działalności gospodarczej /rozwijania przedsiębiorczości

**5. Działanie komunikacyjne:**

Ogłoszenie wyników konkursu

**Pomiar poprzez wskaźniki:**

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

**Planowane efekty:**

1. przekazanie informacji o wynikach konkursu

<p><b>6. Działanie komunikacyjne:</b> Podsumowanie roczne LSR</p> <p><b>Pomiar poprzez wskaźniki:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>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>liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej LGD lub w mediach społecznościowych</li></ol> <p><b>Planowane efekty:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>przekazanie informacji wynikających z podsumowania rocznego</li></ol>	<p>Opis sposobu, w jaki będzie analizowana <b>efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu</b> (w tym tryb korygowania planu komunikacji).</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>	<p>Indykacyjny budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem <b>głównych kategorii wydatków - przy założeniu minimalizacji wydatków na gadżety reklamowe oraz publikacji wymagających druku.</b></p>

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

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

**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 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+**

## Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

28.10.2024

3. Informowanie o sposobie realizacji i rozliczania projektów - EFS+
4. Ogłoszenie konkursu – EFS+
5. Ogłoszenie wyników konkursu – EFS+
6. Podsumowanie roczne – EFS+
<b>Suma: 6 000,00 euro</b>
<b>Główne kategorie wydatków:</b> - 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+).
2024/2025 <sup>1</sup>	Zauważenie i zainteresowanie na temat LSR wśród społeczności lokalnej	1. Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR <b>- EFRROW</b>	wszyscy potencjalni wnioskodawcy (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnością ciąż i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)	Strona internetowa lub media społecznościowe LGD spotkanie konsultacyjne	<b>3</b> - liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej lub w mediach społecznościowych LGD <b>1</b> - liczba zorganizowanych spotkań konsultacyjnych (badanie	<b>350</b> - 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.)	źródła finansowania: <b>EFRROW</b> <b>Kwota: 400 euro</b>
2027							

<sup>1</sup> spotkanie konsultacyjne zaplanowano na rok 2025

			newsletter LGD	ankietowe po spotkaniu)  <b>600</b> - liczba odbiorców newslettera	- podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o głównych założeniach LSR (wyniki ankiet po spotkaniach).	
<b>2024/2025<sup>2</sup></b>	<b>Zauważenie i zainteresowanie na temat LSR wśród społeczności lokalnej</b>	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR  - <b>EFRR</b>	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> )	strona internetowa lub media społecznościowe LGD  <b>3</b> - liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej lub w mediach społecznościowych LGD  1 - liczba zorganizowanych spotkań konsultacyjnych (badanie ankietowe po spotkaniu)	<b>350</b> - 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: <b>EFRR</b>  <b>Kwota: 400 euro</b>

<sup>2</sup> spotkanie konsultacyjne zaplanowano na rok 2025

2024/2025 <sup>3</sup>	Zauważenie i zainteresowanie na temat LSR wśród społeczności lokalnej	3. Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR	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>	strona internetowa lub media społecznościowe LGD	<b>3</b> - liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej lub w mediach społecznościowych LGD	<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>	źródła finansowania: <b>EFFS+</b> <b>Kwota: 400 euro</b>
2025 - 2027	Zrozumienie LSR wśród społeczności lokalnej	Kampania informacyjna nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD - <b>EFFROW</b>	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>	strona internetowa lub media społecznościowe LGD	<b>3</b> - liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej lub w mediach społecznościowych LGD	<b>600</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>	źródła finansowania: <b>EFFROW</b> <b>Kwota: 400 euro</b>

<sup>3</sup> spotkanie konsultacyjne zaplanowano na rok 2025

			<b>60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)</b>	konsultacje telefoniczne	<b>120</b> - liczba wystanych maili	- podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o głównych założeniach LSR	
<b>2025</b> -	<b>Zrozumienie LSR wśród społeczności lokalnej</b>	Kampania informacyjna nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD - <b>EFRR</b>	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>	strona internetowa lub media społecznościowe LGD	<b>3</b> - liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej lub w mediach społecznościowych LGD	<b>100</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,</b> seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)	źródła finansowania: <b>EFRR</b>
<b>2025</b> -	<b>Zrozumienie LSR wśród społeczności lokalnej</b>	Kampania informacyjna nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD – <b>EFSS+</b>	wszyscy potencjalni wnioskodawcy (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: <b>kobiety, osoby z niepełnosprawnością</b>	strona internetowa lub media społecznościowe LGD poczta internetowa	<b>3</b> - liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej lub w mediach społecznościowych LGD	<b>100</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,</b>	źródła finansowania: <b>EFSS+</b>  <b>Kwota: 400 euro</b>

			ciąg i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)	konsultacje telefoniczne	6 - liczba wystawianych maili 6 – liczba konsultacji telefonicznych	seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)  - podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o głównych założeniach 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: <b>EFRROW</b>  Kwota: 400 euro

## Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

28.10.2024

2025 -2029	Zrozumienie LSR wśród społeczności lokalnej	Informowanie o sposobie realizacji i rozliczania projektów - <b>EFRR</b>	Beneficjenci (projektodawcy)	- doradztwo indywidualne w biurze LGD oraz telefoniczne	6 - liczba osób, którym udzielono konsultacji w biurze LGD lub telefonicznie (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawność i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)	- podniesienie poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów	źródła finansowania: <b>EFRR</b>  <b>Kwota: 400 euro</b>
2025 -2029	Zrozumienie LSR wśród społeczności lokalnej	Informowanie o sposobie realizacji i rozliczania projektów - <b>EFSS+</b>	Beneficjenci (projektodawcy)	- doradztwo indywidualne w biurze LGD oraz telefoniczne	6 - liczba osób, którym udzielono konsultacji w biurze LGD lub telefonicznie (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawność i ich opiekunowie, seniorzy powyżej	- podniesienie poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów)	źródła finansowania: <b>EFSS+</b>  <b>Kwota: 400 euro</b>

## Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

28.10.2024

2025 -	Zrozumienie LSR wśród społeczności lokalnej	Ogłoszenie konkursu - EFRROW	mieszkańcy obszaru (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnoś cią i ich opiekunowie, seniorzy powyżej 60 r.ż., ludzie młodzi do 25 r.ż.)	Szkolenie dla wnioskodawców w w ramach naborów w zakresie: <i>Rozwój przedsiębiorcz ości w tym rozwoj biogospodarki lub zielonej gospodarki</i>	60 r.ż. , ludzie młodzi do 25 r.ż.) <b>50 -Liczba osób biorących udział w szkoleniu</b>	- podniesienie poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów	źródła finansowania: <b>EFRROW</b>  <b>Kwota: 400 euro</b>
2027				Strona internetowa lub media społeczności we LGD	<b>10</b> - liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej LGD		
				Strony internetowe gmin partnerskich	<b>10</b> - liczba zamieszczonych artykułów na stronach internetowych 6 gmin z obszaru LGD		
				newsletter LGD	<b>600</b> - liczba odbiorców newslettera		

			<p>gminne tablice informacyjne</p> <p>- doradztwo indywidualne w biurze LGD oraz telefoniczne</p>	<p>10 - liczba ogłoszeń na tablicach gminnych</p> <p><b>40</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.)</p>		<p>- podniesienie poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów</p>	<p>źródła finansowania: <b>EFRR</b></p> <p><b>Kwota: 400 euro</b></p>
<p><b>2025</b> - <b>2027</b></p>	<p>Zrozumienie LSR wśród społeczności lokalnej</p>	<p>Ogłoszenie konkursu - <b>EFRR</b></p>	<p>mieszkańcy obszaru (w tym także przedstawiciele osób z grup w niekorzystnej sytuacji: <b>kobiety, osoby z niepełnosprawnością i ich opiekunowie, seniorzy powyżej</b></p>	<p>Strona internetowa lub media społecznościowe LGD</p> <p>Strony internetowe gmin partnerskich</p>	<p><b>2</b> - liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej LGD</p> <p><b>2</b> - liczba zamieszczonych artykułów na stronach internetowych 6 gmin z obszaru LGD</p>		

## Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

28.10.2024

2025 -2028	Zaufanie	Ogłoszenie wyników konkursu <b>EFRRROW</b>	Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)	Strona internetowa lub media społeczności we LGD	13- liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej lub w mediach społecznościowych LGD	400 - liczba osób do których dotarła informacja z o wynikach konkursu	źródła finansowania: <b>EFRRROW</b>  <b>Kwota: 400 euro</b>
2025 -2028	Zaufanie	Ogłoszenie wyników konkursu - <b>EFRR</b>	Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)	Strona internetowa lub media społeczności we LGD	2- liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej lub w mediach społecznościowych LGD	100 - liczba osób do których dotarła informacja z o wynikach konkursu  - podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o realizowanych projektach na obszarze LSR	źródła finansowania: <b>EFRR</b>  <b>Kwota: 400 euro</b>

						projektach na obszarze LSR	
2025 -2028	Zaufanie	Ogłoszenie wyników konkursu - EFS+	Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)	Strona internetowa lub media społecznościowe LGD	2 - liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej LGD lub w mediach społecznościowych	100 - liczba osób do których dotarła informacja z o wynikach konkursu - podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o realizowanych projektach na obszarze LSR	źródła finansowania: EFS+ Kwota: 400 euro
2025 -2029	Zaangażowa nie	Podsumowanie roczne LSR - EFRROW	Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)	Spotkanie podsumowujące Strona internetowa lub media społecznościowe LGD	5 - liczba spotkań podsumowujących 5 - liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej lub w mediach społecznościowych LGD	50 - liczba uczestników spotkań podsumowujących 500 - liczba osób do których dotarła informacja podsumowująca	źródła finansowania: EFRROW Kwota: 400 euro
2025 -2029	Zaangażowa nie	Podsumowanie roczne LSR - EFRRR	Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)	Spotkanie podsumowujące Strona internetowa lub media	5 - liczba spotkań podsumowujących 5 - liczba zamieszczonych artykułów na stronie	50 - liczba uczestników spotkań podsumowujących 500 - liczba osób do których dotarła informacja podsumowująca	źródła finansowania: EFRRR Kwota: 400 euro

			społeczność we LGD	internetowej lub w mediach społecznościowych LGD			
2025 - 2029	Zaangażowa nie	Podsumowanie roczne LSR - EFS+	Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)	Spotkanie podsumowują ce Strona internetowa LGD lub media społeczności we	5 - liczba spotkań podsumowujących 5 - liczba zamieszczonych artykułów na stronie internetowej LGD lub w mediach społecznościowych	50 – liczba uczestników spotkań podsumowujących 500 - liczba osób do których dotarła informacja podsumowująca	źródła finansowania: <b>EFSS+</b>  <b>Kwota: 400 euro</b>

**Zielony Pierścień Tarnowa**  
ul. Okrzejna 3, 33-100 Tarnów  
tel. 790-205-244  
REGON 120267842 NIP 9930476931

*Janina*  
*Barbara*  
*Barbara*

**Uchwała Nr 16/2024**  
**Zarządu Stowarzyszenia - Zielony Pierścień Tarnowa**  
**w Tarnowie**  
**z dnia 28.10.2024 r.**

w sprawie aktualizacji załącznika nr 2 do umowy o warunkach i sposobie realizacji strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność nr 00023.UM06.6572.20027.2023

**§ 1**

Na podstawie § 4 punkt 6 – 7 Regulaminu Pracy Zarządu Stowarzyszenia - Zielony Pierścień Tarnowa przyjmuje się aktualizację załącznika nr 2 do umowy o warunkach i sposobie realizacji strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność nr 00023.UM06.6572.20027.2023 tj. Planu Komunikacji z lokalną społecznością.

**§ 2**

Uchwała niniejsza wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Zielony Pierścień Tarnowa  
ul. Okrężna 3, 33-100 Tarnów  
tel. 790-205-244  
REGON 120267842 NIP 9930476931

*Spis treści*  
*Prok. Pielwa*  
*Adm.*