**Załącznik nr 5 LSR - PLAN KOMUNIKACJI**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ter-min** | **Cel komunikacji** | **Nazwa działania komunikacyjnego** | **Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)** | | **Środki przekazu** | **Wskaźniki działań komunikacyjnych** | | **Planowane efekty działań komunikacyjnych oraz sposób ich pomiaru** |
| **2016** | | | | | | | | |
| II poł. 2016 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o Lokalnej Strategii Rozwoju, jej głównych celach i zasadach przyznawania dofinansowania, promocja LSR | Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 | - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa) | | - ogłoszenia w lokalnej prasie  - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - zaproszenia e-mail do organizacji pozarządowych  - wydarzenie / impreza promocyjna  - ulotki i broszury informacyjne  - zaproszenia na konsultacje dla grup defaworyzowanych | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 2  - Liczba zorganizowanych wyda-rzeń i imprez promocyjnych – 1  - Liczba imprez na terenie obszaru działania, w których uczestniczyła LGD – 6  - Liczba przygotowanych ulotek – 400  - Liczba przygotowanych broszur informacyjnych – 500  - Liczba przygotowanych broszur informacyjnych skierowanych do grup defaworyzowanych – 2500  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 50  - Liczba wydrukowanych zaproszeń na konsultacje dla grup defaworyzowanych – 250  - Liczba zorganizowanych spotkań z przedstawicielami grup defaworyzowanych – 6  - Liczba przedsięwzięć promocyjnych organizowanych przez LGD (przygotowanie gadżetów) – 5  - Liczba wydawnictw i publikacji sfinansowanych przez LGD – 1 | | - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 400  - Liczba odbiorców 900  - Liczba odbiorców 400  - Liczba odbiorców 500  - Liczba odbiorców 2500  - Liczba odbiorców 1500  - Liczba odbiorców 250  - Liczba odbiorców 150  - Liczba odbiorców 500  - Liczba odbiorców 200 |
| II poł. 2016 | Przekazanie informacji o ogłoszeniu konkursu/konkursów tematycznych na wybór operacji do dofinansowania | Kampania informacyjna nt. ogłoszonego konkursu/konkursów | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | | - ogłoszenia w lokalnej prasie  - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  Ogłoszenia dotyczą zarówno konkursu jak również harmonogramu spotkań szkoleniowych w zakresie przygotowania dokumentacji aplikacyjnej | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 2  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 200 | | - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 6000 |
| II poł. 2016 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR | Spotkania szkoleniowe dot. ogłoszonych konkursów | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | | - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - spotkania szkoleniowe w gminach  - broszura informacyjna  - zaproszenia na konsultacje dla grup defaworyzowanych  - prezentacje pracowników Biura LGD | - Liczba zorganizowanych spotkań (szkoleń) – 6  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 50  - Liczba wydrukowanych zaproszeń na konsultacje dla grup defaworyzowanych – 250  - Liczba zorganizowanych spotkań z przedstawicielami grup defaworyzowanych – 6  - Liczba zorganizowanych spotkań informacyjnych w Gminach – 36  Liczba szkoleń dla członków Rady – 1 | | - Liczba odbiorców 90  - Liczba odbiorców 1500  - Liczba odbiorców 250  - Liczba odbiorców 150  - Liczba odbiorców 72  - Liczba odbiorców 15 |
| II poł. 2016 | Aktywizacja przedstawicieli grup wykluczonych i defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy poprzez wsparcie w procesie pozyskiwania dotacji oraz zachętę do udziału w projektach grantowych | Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 | - grupy defaworyzowane oraz osoby zagrożone wykluczeniem społecznym | | - ulotki i broszury rozdawane w siedzibach instytucji: Powiatowy Urząd Pracy, miejskie i gminne ośrodki pomocy społecznej i inne ośrodki i instytucje związane z usługami społecznymi, ODR  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - spotkania dla grup defaworyzowanych w gminach | - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 50  - Liczba wydrukowanych zaproszeń na konsultacje dla grup defaworyzowanych – 250  - Liczba zorganizowanych spotkań z przedstawicielami grup defaworyzowanych – 6  - Liczba spotkań informacyjnych dla mieszkańców w Powiatowym Urzędzie Pracy – 6 | | - Liczba odbiorców 1500  - Liczba odbiorców 250  - Liczba odbiorców 150  - Liczba odbiorców 6 |
| II poł. 2016 | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy | Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości świadczonej przez LGD pomocy na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy | - wnioskodawcy oraz beneficjenci pomocy na różnych etapach realizacji operacji w ramach LSR | | - ankiety elektroniczne rozsyłane do wnioskodawców  - ankiety w wersji papierowej dla osób, które nie korzystają/nie posiadają poczty email | - Liczba wypełnionych ankiet – informacji zwrotnych od przedstawicieli grup defaworyzowanych – 80  - Liczba wypełnionych ankiet – informacji zwrotnych od uczestników spotkań – 140 | | - Liczba odbiorców 80  - Liczba odbiorców 140 |
| **2017** | | | | | | | | |
| I poł. 2017 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR | Spotkania nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD z elementami warsztatów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - spotkania informacyjne w gminach  - broszura informacyjna  - zaproszenia na konsultacje dla grup defaworyzowanych | - Liczba spotkań informacyjnych w gminach – 72  - Liczba spotkań informacyjnych dla mieszkańców w Powiatowym Urzędzie Pracy – 12  - Liczba zaproszeń na konsultacje dla grup defaworyzowanych – 110 | | - Liczba odbiorców – 120  - Liczba odbiorców 16  - Liczba odbiorców 110 |
| I poł.  2017 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o Lokalnej Strategii Rozwoju, jej głównych celach i zasadach przyznawania dofinansowania, promocja LSR | Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 | | - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa) | - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - konferencja  - ulotki i broszury informacyjne (w tym w zakresie zintegrowanego rozwoju branży turystycznej oraz walki z bezrobociem, ubóstwem i wykluczeniem społecznym) | - Liczba zorganizowanych konferencji – 1  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 100  - Liczba wyjazdów studyjnych dla mieszkańców – 1  - Liczba wydanych ulotek – 400  - Liczba wydanych broszur informacyjnych – 370  - Liczba wydawnictw i publikacji sfinansowanych przez LGD – 2  - Liczba przedsięwzięć promocyjnych organizowanych przez LGD (przygotowanie gadżetów) – 2 | | - Liczba odbiorców 50  - Liczba odbiorców 3000  - Liczba odbiorców 30  - Liczba odbiorców 400  - Liczba odbiorców 370  - Liczba odbiorców 200  - Liczba odbiorców 500 |
| I poł. 2017 | Przekazanie informacji o ogłoszeniu konkursu/konkursów tematycznych na wybór operacji do dofinansowania | Kampania informacyjna nt. ogłoszonego konkursu/konkursów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w lokalnej prasie  - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  Ogłoszenia dotyczą zarówno konkursu jak również harmonogramu spotkań szkoleniowych w zakresie przygotowania dokumentacji aplikacyjnej | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 2  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 100 | | - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 3000 |
| I poł. 2017 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR | Spotkania szkoleniowe dot. ogłoszonych konkursów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - spotkania szkoleniowe w gminach  - broszura informacyjna  - zaproszenia na konsultacje dla grup defaworyzowanych  - prezentacje pracowników Biura LGD | - Liczba zorganizowanych spotkań (szkoleń) – 9  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 100  - Liczba zaproszeń na konsultacje dla grup defaworyzowanych – 110  - Liczba wydanych broszur informacyjnych – 365 | | - Liczba odbiorców 135  - Liczba odbiorców 3000  - Liczba odbiorców 110  - Liczba odbiorców 365 |
| I poł. 2017 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o Lokalnej Strategii Rozwoju, jej głównych celach i zasadach przyznawania dofinansowania, promocja LSR | Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 | | - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa) | - ogłoszenia w lokalnej prasie  - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - zaproszenia e-mail do organizacji pozarządowych  - wydarzenie / impreza promocyjna  - ulotki i broszury informacyjne  - zaproszenia na konsultacje dla grup defaworyzowanych | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 2  - Liczba zaproszeń na konsultacje dla grup defaworyzowanych – 110  - Liczba zorganizowanych wydarzeń i imprez promocyjnych – 1  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 100 | | - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 110  - Liczba odbiorców 400  - Liczba odbiorców 3000 |
| II poł. 2017 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o Lokalnej Strategii Rozwoju, jej głównych celach i zasadach przyznawania dofinansowania, promocja LSR | Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 | | - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa) | - ogłoszenia w lokalnej prasie  - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - zaproszenia e-mail do organizacji pozarządowych  - wydarzenie / impreza promocyjna  - ulotki i broszury informacyjne  - zaproszenia na konsultacje dla grup defaworyzowanych | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 2  - liczba organizowanych wydarzeń i imprez promocyjnych – 1  - Liczba wyjazdów studyjnych dla mieszkańców – 1  - Liczba imprez targowych lub innych imprez krajowych, w których uczestniczy LGD – 1  - Liczba wydanych ulotek – 400  - Liczba wydanych broszur informacyjnych – 365  - Liczba wydawnictw i publikacji sfinansowanych przez LGD – 2  - Liczba przedsięwzięć promocyjnych organizowanych przez LGD (przygotowanie gadżetów) – 2  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 100  - Liczba imprez na terenie obszaru działania, w których uczestniczy LGD – 6  - Liczba zaproszeń na konsultacje dla grup defaworyzowanych – 110 | | - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 400  - Liczba odbiorców 30  - Liczba odbiorców 200  - Liczba odbiorców 400  - Liczba odbiorców 365  - Liczba odbiorców 200  - Liczba odbiorców 500  - Liczba odbiorców 3000  - Liczba odbiorców 900  - Liczba odbiorców 110 |
| II poł. 2017 | Przekazanie informacji o ogłoszeniu konkursu/konkursów tematycznych na wybór operacji do dofinansowania | Kampania informacyjna nt. ogłoszonego konkursu/konkursów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w lokalnej prasie  - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  Ogłoszenia dotyczą zarówno konkursu jak również harmonogramu spotkań szkoleniowych w zakresie przygotowania dokumentacji aplikacyjnej | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 2  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 100 | | - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 3000 |
| II poł. 2017 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR | Spotkania szkoleniowe dot. ogłoszonych konkursów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - spotkania szkoleniowe w gminach  - broszura informacyjna  - zaproszenia na konsultacje dla grup defaworyzowanych  - prezentacje pracowników Biura LGD | - Liczba zorganizowanych spotkań (szkoleń) – 9  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 100  - Liczba zaproszeń na konsultacje dla grup defaworyzowanych – 110 | | - Liczba odbiorców 135  - Liczba odbiorców  3000  - Liczba odbiorców 110 |
| II poł. 2017 | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy | Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości świadczonej przez LGD pomocy na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy | | - wnioskodawcy oraz beneficjenci pomocy na różnych etapach realizacji operacji w ramach LSR | - ankiety elektroniczne rozsyłane do wnioskodawców  - ankiety w wersji papierowej dla osób, które nie korzystają/nie posiadają poczty email | - Liczba wypełnionych ankiet monitorujących on-line ze strony internetowej LGD – 60 | | - Liczba odbiorców 60 |
| **2018** | | | | | | | | |
| I poł. 2018 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR | Spotkania nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD z elementami warsztatów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - spotkania informacyjne w gminach  - broszura informacyjna  - zaproszenia na konsultacje dla grup defaworyzowanych | - Liczba spotkań informacyjnych w gminach – 72  - Liczba spotkań informacyjnych dla mieszkańców w Powiatowym Urzędzie Pracy – 12  - Liczba zaproszeń na konsultacje dla grup defaworyzowanych – 110  - Liczba wydanych broszur informacyjnych – 100 szt. | | - Liczba odbiorców 120  - Liczba odbiorców 16  - Liczba odbiorców 110  - Liczba odbiorców 100 |
| I poł. 2018 | Przekazanie informacji o ogłoszeniu konkursu/konkursów tematycznych na wybór operacji do dofinansowania | Kampania informacyjna nt. ogłoszonego konkursu/konkursów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w lokalnej prasie  - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  Ogłoszenia dotyczą zarówno konkursu jak również harmonogramu spotkań szkoleniowych w zakresie przygotowania dokumentacji aplikacyjnej  - plakaty ogłoszeniowe | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 2  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 100 | | - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 3000 |
| I poł. 2018 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR | Spotkania szkoleniowe dot. ogłoszonych konkursów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - spotkania szkoleniowe w gminach  - broszura informacyjna  - zaproszenia na konsultacje dla grup defaworyzowanych  - prezentacje pracowników Biura LGD  - plakaty ogłoszeniowe | - Liczba zorganizowanych spotkań (szkoleń) – 9  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 200  - Liczba zaproszeń na konsultacje dla grup defaworyzowanych -110  - Liczba wydanych broszur informacyjnych – 300 | | - Liczba odbiorców 135  - Liczba odbiorców 6000  - Liczba odbiorców 110  - Liczba odbiorców 300 |
| I poł. 2018 | Poinformowanie ogółu społeczeństwa o rezultatach wdrażania LSR na lata 2014-2020, w tym o stopniu osiągania celów i wskaźników, wyniki bieżącego monitoringu i działań ewaluacyjnych  oraz  Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o Lokalnej Strategii Rozwoju, jej głównych celach i zasadach przyznawania dofinansowania, promocja LSR | Kampania informacyjna nt. stanu realizacji LSR, w tym o stopniu osiągniętych wskaźników, wynikach działań ewaluacyjnych | | - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa) | - ogłoszenia w lokalnej prasie  - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - zaproszenia e-mail do organizacji pozarządowych  - wydarzenie / impreza promocyjna  - ulotki i broszury informacyjne  - zaproszenia na konsultacje dla grup de faworyzowanych  - wyjazd studyjny dla mieszkańców  - przedsięwzięcia promocyjne organizowane przez LGD (przygotowanie gadżetów) | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 2  - Liczba zaproszeń na konsultacje dla grup defaworyzowanych – 110  - Liczba organizowanych wyda-rzeń i imprez promocyjnych – 1  - Liczba wyjazdów studyjnych dla mieszkańców – 1  - Liczba wydanych ulotek – 400  - Liczba wydanych broszur informacyjnych – 300  - Liczba przedsięwzięć promocyjnych organizowanych przez LGD (przygotowanie gadżetów) – 2 | | - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 110  - Liczba odbiorców 400  - Liczba odbiorców 30  - Liczba odbiorców 400  - Liczba odbiorców 300  - Liczba odbiorców 500 |
| II poł. 2018 | Poinformowanie ogółu społeczeństwa o rezultatach wdrażania LSR na lata 2014-2020, w tym o stopniu osiągania celów i wskaźników, wyniki bieżącego monitoringu i działań ewaluacyjnych  oraz  Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o Lokalnej Strategii Rozwoju, jej głównych celach i zasadach przyznawania dofinansowania, promocja LSR | Kampania informacyjna nt. stanu realizacji LSR, w tym o stopniu osiągniętych wskaźników, wynikach działań ewaluacyjnych | | - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa) | - ogłoszenia w lokalnej prasie  - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - zaproszenia e-mail do organizacji pozarządowych  - wydarzenie / impreza promocyjna  - ulotki i broszury informacyjne  - zaproszenia na konsultacje dla grup defaworyzowanych  - wydawnictwa i publikacje sfinansowane przez LGD  - przedsięwzięcia promocyjne organizowane przez LGD (przygotowanie gadżetów) | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 2  - Liczba organizowanych wyda-rzeń i imprez promocyjnych – 1  - Liczba imprez targowych lub innych imprez krajowych, w których uczestniczy LGD – 1  - liczba wydanych ulotek – 400  - Liczba wydanych broszur informacyjnych – 200  - Liczba wydawnictw i publikacji sfinansowanych przez LGD – 2  - Liczba przedsięwzięć promocyjnych organizowanych przez LGD (przygotowanie gadżetów) – 2  - Liczba imprez na terenie obszaru działania, w których uczestniczy LGD – 6  - Liczba zaproszeń na konsultacje dla grup defaworyzowanych – 110 | | - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 400  - Liczba odbiorców 200  - Liczba odbiorców 400  - Liczba odbiorców 200  - Liczba odbiorców 400  - Liczba odbiorców 500  - Liczba odbiorców 900  - Liczba odbiorców 110 |
| II poł. 2018 | Przekazanie informacji o ogłoszeniu konkursu/konkursów tematycznych na wybór operacji do dofinansowania | Kampania informacyjna nt. ogłoszonego konkursu/konkursów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w lokalnej prasie  - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  Ogłoszenia dotyczą zarówno konkursu jak również harmonogramu spotkań szkoleniowych w zakresie przygotowania dokumentacji aplikacyjnej  - plakaty ogłoszeniowe | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 2  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 200 | | - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 6000 |
| II poł. 2018 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR | Spotkania szkoleniowe dot. ogłoszonych konkursów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - spotkania szkoleniowe w gminach  - plakaty ogłoszeniowe  - broszura informacyjna  - zaproszenia na konsultacje dla grup defaworyzowanych  - prezentacje pracowników Biura LGD | - Liczba zorganizowanych spotkań (szkoleń) – 9  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 200  - Liczba zaproszeń na konsultacje dla grup defaworyzowanych – 110  - Liczba wydanych broszur informacyjnych – 200 | | - Liczba odbiorców 135  - Liczba odbiorców 6000  - Liczba odbiorców 110  - Liczba odbiorców 200 |
| II poł. 2018 | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy | Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości świadczonej przez LGD pomocy na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy | | - wnioskodawcy oraz beneficjenci pomocy na różnych etapach realizacji operacji w ramach LSR | - ankiety elektroniczne rozsyłane do wnioskodawców  - ankiety w wersji papierowej dla osób, które nie korzystają/nie posiadają poczty email | - Liczba wypełnionych ankiet monitorujących on-line ze strony internetowej LGD – 60 | | - Liczba odbiorców 60 |
| **2019** | | | | | | | | |
| I poł. 2019(I–III) | Aktywizacja przedstawicieli grup wykluczonych i defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy poprzez wsparcie w procesie pozyskiwania dotacji oraz zachętę do udziału w projektach grantowych | Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 | | - grupy defaworyzowane oraz osoby zagrożone wykluczeniem społecznym | - ogłoszenia w prasie lokalnej/artykuły sponsorowane  - wyjazdy studyjne dla mieszkańców  - konkursy plastyczne dla mieszkańców | - Liczba ogłoszeń w prasie – 2  - Liczba artykułów sponsorowanych w lokalnej prasie – 1  - Liczba wyjazdów studyjnych dla mieszkańców – 1  - Liczba zorganizowanych konkursów plastycznych – 2 | | - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 4000  - Liczba odbiorców 30  - Liczba odbiorców 100 |
| I poł. 2019 (IV-IV) | Aktywizacja mieszkańców, w tym przedstawicieli grup wykluczonych i defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy poprzez wsparcie w procesie pozyskiwania dotacji oraz zachętę do udziału w projektach grantowych | Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 | | -mieszkańcy, w tym przedstawiciele grupdefaworyzowanych oraz osoby zagrożone wykluczeniem społecznym | - ulotki i broszury rozdawane w siedzibach instytucji: Powiatowy Urząd Pracy, miejskie i gminne ośrodki pomocy społecznej i inne ośrodki i instytucje związane z usługami społecznymi, ODR | - Liczba wydanych ulotek – 200  - Liczba wydanych broszur informacyjnych – 1600 | | - Liczba odbiorców 200  - Liczba odbiorców 1600 |
| I poł. 2019 (IV-IV) | Poinformowanie ogółu społeczeństwa o rezultatach wdrażania LSR na lata 2014-2020, w tym o stopniu osiągania celów i wskaźników, wyniki bieżącego monitoringu i działań ewaluacyjnych | Kampania informacyjna nt. głównych efektów realizacji LSR, w tym o stopniu osiągniętych wskaźników, wynikach działań ewaluacyjnych | | - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa) | - ogłoszenie w prasie lokalnej/artykuły sponsorowane  - impreza promocyjna | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 3  - Liczba artykułów sponsorowanych w lokalnej prasie – 1  - Liczba zorganizowanych imprez promocyjnych\* – 1 | | - Liczba odbiorców 12000  - Liczba odbiorców 4000  - Liczba odbiorców 400 |
| I poł. 2019 (IV-IV) | Przekazanie informacji o ogłoszeniu konkursu/konkursów tematycznych na wybór operacji do dofinansowania | Kampania informacyjna nt. ogłoszonego konkursu/konkursów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w lokalnej prasie  - plakaty | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 2  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 350 | | - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 10500 |
| I poł. 2019 (IV-IV) | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR | Spotkania szkoleniowe dot. ogłoszonych konkursów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w prasie lokalnej  - spotkania szkoleniowe | - Liczba zorganizowanych spotkań (szkoleń)\*\* – 2  - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 1 | | - Liczba odbiorców 25  - Liczba odbiorców 4000 |
| II poł. 2019 | Poinformowanie ogółu społeczeństwa o rezultatach wdrażania LSR na lata 2014-2020, w tym o stopniu osiągania celów i wskaźników, wyniki bieżącego monitoringu i działań ewaluacyjnych  oraz  Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o Lokalnej Strategii Rozwoju, jej głównych celach i zasadach przyznawania dofinansowania, promocja LSR | Kampania informacyjna nt. stanu realizacji LSR, w tym o stopniu osiągniętych wskaźników, wynikach działań ewaluacyjnych | | - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa) | - ogłoszenia w lokalnej prasie/artykuły sponsorowane  - ulotki i broszury informacyjne | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 2  - Liczba artykułów sponsorowanych w lokalnej prasie – 2  - Liczba wydanych ulotek – 200  - Liczba wydanych broszur informacyjnych – 1600 | | - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 200  - Liczba odbiorców 1600 |
| II poł. 2019 | Przekazanie informacji o ogłoszeniu konkursu/konkursów tematycznych na wybór operacji do dofinansowania | Kampania informacyjna nt. ogłoszonego konkursu/konkursów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w lokalnej prasie  - plakaty | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 3  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 350 | | - Liczba odbiorców 12000  - Liczba odbiorców 10500 |
| II poł. 2019 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR | Spotkania szkoleniowe dot. ogłoszonych konkursów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - spotkania szkoleniowe  - spotkania informacyjno-konsultacyjne | - Liczba zorganizowanych spotkań (szkoleń)\*\* – 4  - Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych\*\* – 2 | | - Liczba odbiorców 45  - Liczba odbiorców 50 |
| II poł. 2019 | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy | Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości świadczonej przez LGD pomocy na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy | | - wnioskodawcy oraz beneficjenci pomocy na różnych etapach realizacji operacji w ramach LSR | - ankiety elektroniczne rozsyłane do wnioskodawców  - ankiety w wersji papierowej dla osób, które nie korzystają/nie posiadają poczty email | - Liczba wypełnionych ankiet monitorujących on-line ze strony internetowej LGD – 60 | | - Liczba odbiorców 60 |
| **2020** | | | | | | | | |
| I poł. 2020 | Aktywizacja mieszkańców, w tym przedstawicieli grup wykluczonych i defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy poprzez wsparcie w procesie pozyskiwania dotacji oraz zachętę do udziału w projektach grantowych | Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 | | - mieszkańcy, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych oraz osoby zagrożone wykluczeniem społecznym | - ulotki i broszury rozdawane w siedzibach instytucji: Powiatowy Urząd Pracy, miejskie i gminne ośrodki pomocy społecznej i inne ośrodki i instytucje związane z usługami społecznymi, ODR  ~~- spotkania informacyjno-konsultacyjne~~  - folder „Dobre praktyki” | - Liczba wydanych broszur informacyjnych – 1600  - Liczba wydanych ulotek – 400  ~~- Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych\*\* – 2~~  - Liczba wydanych folderów „Dobre praktyki” – 2500 | | - Liczba odbiorców 1600  - Liczba odbiorców 400  ~~- Liczba odbiorców 50~~  - Liczba odbiorców 2500 |
| I poł. 2020 | Przekazanie informacji o ogłoszeniu konkursu/konkursów tematycznych na wybór operacji do dofinansowania | Kampania informacyjna nt. ogłoszonego konkursu/konkursów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w lokalnej prasie/artykuły sponsorowane  - plakaty | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 2  - Liczba artykułów sponsorowanych w lokalnej prasie – 2  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 350 | | - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców  10500 |
| I poł. 2020 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR | Spotkania szkoleniowe dot. ogłoszonych konkursów oraz imprezy / wydarzenia promujące | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w lokalnej prasie  - spotkania szkoleniowe  - broszura informacyjna  ~~- impreza promocyjna~~  ~~- działania promujące LSR~~ | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – ~~3~~ 2  - Liczba zorganizowanych spotkań (szkoleń)\*\* – ~~3~~ 1  - Liczba wydanych broszur informacyjnych – 1600  ~~- Liczba zorganizowanych imprez promocyjnych\* – 1~~  ~~- Liczba zorganizowanych działań promujących LSR\* – 1~~ | | - Liczba odbiorców ~~12000~~ 8000  - Liczba odbiorców ~~35~~ 10  - Liczba odbiorców 1600  ~~- Liczba odbiorców 400~~  ~~- Liczba odbiorców 250~~ |
| II poł. 2020 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR | Spotkania szkoleniowe dot. ogłoszonych konkursów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w lokalnej prasie  - spotkania szkoleniowe | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 1  - Liczba zorganizowanych spotkań (szkoleń)\*\* – ~~3~~  5 | | - Liczba odbiorców 4000  - Liczba odbiorców ~~30~~ 55 |
| II poł. 2020 | Poinformowanie ogółu społeczeństwa o rezultatach wdrażania LSR na lata 2014-2020, w tym o stopniu osiągania celów i wskaźników, wyniki bieżącego monitoringu i działań ewaluacyjnych | Kampania informacyjna nt. głównych efektów realizacji LSR, w tym o stopniu osiągniętych wskaźników, wynikach działań ewaluacyjnych | | - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa) | - ogłoszenie w prasie lokalnej/artykuły sponsorowane  - plakaty  - spotkania informacyjno-konsultacyjne  ~~- impreza promocyjna~~ | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 5  - Liczba artykułów sponsorowanych w lokalnej prasie – 2  - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 350  - Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych\*\* – 2  ~~- Liczba zorganizowanych imprez promocyjnych\* – 1~~ | | - Liczba odbiorców 20000  - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 10500  - Liczba odbiorców 50  ~~- Liczba odbiorców 400~~ |
| II poł. 2020 | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy - badanie pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie | Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości świadczonej przez LGD pomocy na etapie przygotowywania i realizacji wniosków o przyznanie pomocy | | - wnioskodawcy oraz beneficjenci pomocy na różnych etapach realizacji operacji w ramach LSR | - ankiety elektroniczne rozsyłane do wnioskodawców  - ankiety w wersji papierowej dla osób, które nie korzystają/nie posiadają poczty email | - Liczba wypełnionych ankiet monitorujących on-line ze strony internetowej LGD – 60 | | - Liczba odbiorców 60 |
| **2021** | | | | | | | | |
| I poł. 2021 | Aktywizacja mieszkańców, w tym przedstawicieli grup wykluczonych i defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy poprzez wsparcie w procesie pozyskiwania dotacji oraz zachętę do udziału w projektach grantowych | Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 | | - mieszkańcy, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych oraz osoby zagrożone wykluczeniem społecznym | - spotkania informacyjno-konsultacyjne | - Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych\*\* – 2 | | - Liczba odbiorców 50 |
| I poł. 2021 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR | Spotkania nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD z elementami warsztatów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w prasie/artykuły sponsorowane  - spotkania informacyjno-konsultacyjne  - ulotki i broszury informacyjne  - działania promujące LSR  - impreza promocyjna  - plakaty | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 4  - Liczba artykułów sponsorowanych – 2  - Liczba wydanych broszur informacyjnych – 3200  - Liczba wydanych ulotek – 400  - Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych\*\* – 3  - Liczba zorganizowanych działań promujących LSR\* – ~~1~~ 2  - Liczba zorganizowanych imprez promocyjnych\* – ~~1~~ 2  - Liczba wydanych plakatów – 350 | | - Liczba odbiorców 16000  - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 3200  - Liczba odbiorców 400  - Liczba odbiorców 75  - Liczba odbiorców ~~250~~ 500  - Liczba odbiorców ~~400~~ 800  - Liczba odbiorców 10500 |
| I poł. 2021 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR | Spotkania szkoleniowe dot. ogłoszonych konkursów | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w prasie  - spotkania szkoleniowe | - Liczba zorganizowanych spotkań (szkoleń)\*\* – 3  - Liczba ogłoszeń w prasie – 3 | | - Liczba odbiorców 30  - Liczba odbiorców 12000 |
| II poł. 2021 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR | Spotkania nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD z elementami warsztatów oraz imprezy/działania promujące | | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w prasie/artykuły sponsorowane  - spotkania informacyjno-konsultacyjne  - działania promujące LSR  -impreza promocyjna  - plakaty | - Liczba ogłoszeń w prasie – 3  - Liczba artykułów sponsorowanych – 2  - Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych\*\* – 2  - Liczba zorganizowanych działań promujących LSR\* – 1  - Liczba zorganizowanych imprez promocyjnych\* – 1  - Liczba wydanych plakatów – 350 | | - Liczba odbiorców 12000  - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 50  - Liczba odbiorców 250  - Liczba odbiorców 400  - Liczba odbiorców 10500 |
| II poł. 2021 | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy - badanie pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie | Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości świadczonej przez LGD pomocy na etapie przygotowywania i realizacji wniosków o przyznanie pomocy | | - wnioskodawcy oraz beneficjenci pomocy na różnych etapach realizacji operacji w ramach LSR | - ankiety elektroniczne rozsyłane do wnioskodawców  - ankiety w wersji papierowej dla osób, które nie korzystają/nie posiadają poczty email | - Liczba wypełnionych ankiet monitorujących on-line ze strony internetowej LGD – 60 | | - Liczba odbiorców 60 |
| **2022** | | | | | | | | |
| I poł. 2022 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR | Spotkania nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD z elementami warsztatów oraz imprezy/działania promujące | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | | - ogłoszenia w prasie/artykuły sponsorowane  - spotkania informacyjno-konsultacyjne  - działania promujące LSR  - impreza promocyjna  - ulotki  - folder „Dobre praktyki” | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 5  - Liczba artykułów sponsorowanych w lokalnej prasie – 2  - Liczba wydanych ulotek – 400  - Liczba wydanych folderów „Dobre praktyki” – 2500  - Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych\*\* – 4  - Liczba zorganizowanych działań promujących LSR\* – 1  - Liczba zorganizowanych imprez promocyjnych\* – 1 | | - Liczba odbiorców 20000  - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 400  - Liczba odbiorców 2500  - Liczba odbiorców 100  - Liczba odbiorców 250  - Liczba odbiorców 400 |
| II poł. 2022 | Poinformowanie ogółu społeczeństwa o rezultatach wdrażania LSR na lata 2014-2020, w tym o stopniu osiągnięcia celów i wskaźników, wyniki bieżącego monitoringu i działań ewaluacyjnych | Kampania informacyjna nt. głównych efektów realizacji LSR, w tym o stopniu osiągniętych wskaźników, wynikach działań ewaluacyjnych | - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa) | | - ogłoszenia w prasie/artykuły sponsorowane  - działania promujące LSR  - impreza promocyjna | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 5  - Liczba artykułów sponsorowanych w lokalnej prasie – 2  - Liczba zorganizowanych działań promujących LSR\* – 1  - Liczba zorganizowanych imprez promocyjnych\* – ~~1~~ 2 | | - Liczba odbiorców 20000  - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 250  - Liczba odbiorców ~~400~~ 800 |
| II poł. 2022 | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy - badanie pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie | Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości świadczonej przez LGD pomocy na etapie przygotow-ywania i realizacji wniosków o przyznanie pomocy | - wnioskodawcy oraz beneficjenci pomocy na różnych etapach realizacji operacji w ramach LSR | | - ankiety elektroniczne rozsyłane do wnioskodawców  - ankiety w wersji papierowej dla osób, które nie korzystają/nie posiadają poczty email | - Liczba wypełnionych ankiet monitorujących on-line ze strony internetowej LGD – 60 | | - Liczba odbiorców 60 |
| **2023** | | | | | | | | |
| I poł. 2023 | Poinformowanie ogółu społeczeństwa o rezultatach wdrażania LSR na lata 2014-2020, w tym o stopniu osiągnięcia celów i wskaźników, wyniki bieżącego monitoringu i działań ewaluacyjnych | Kampania informacyjna nt. głównych efektów realizacji LSR, w tym o stopniu osiągniętych wskaźników, wynikach działań ewaluacyjnych | - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa) | | - ogłoszenie w prasie lokalnej/artykuły sponsorowane  - konferencja | | - Liczba ogłoszeń w lokalnej prasie – 2  - Liczba artykułów sponsoro-wanych w lokalnej prasie – 2  - Liczba zorganizowanych konferencji – 1 | - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 8000  - Liczba odbiorców 75 |
| I poł. 2023 | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości działań komunikacyjnych | Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości działań komunikacyjnych | - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa) | | - ankiety elektroniczne na stronie internetowej LGD  - ankiety papierowe dostępne w Biurze LGD | | - Liczba wypełnionych ankiet monitorujących on-line ze strony internetowej LGD – 30 | - Liczba odbiorców 30 |
| **kwiecień 2019-czerwiec 2023** | | | | | | | | |
|  | Wsparcie beneficjentów w procesie pozyskiwania środków z budżetu LSR poprzez profesjonalną informację i indywidualne doradztwo | Bezpośrednie spotkanie w Biurze LGD  Spotkania informacyjne w poszczególnych gminach oraz Powiatowym Urzędzie Pracy | - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa) ze szczególnym uwzględnieniem grup defaworyzowanych i zagrożonych wykluczeniem społecznym  - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru,  - wnioskodawcy oraz beneficjenci pomocy | | - informacja na stronie www LGD i JST oraz w siedzibach JST o możliwości konsultacji i doradztwa oraz o ogłoszonych naborach wniosków i organizowanych wydarzeniach animacyjnych (szkolenia, imprezy, wyjazdy)  - informacja wywieszona w PUP oraz jednostkach pomocy społecznej poszczególnych gmin, ODR  - ankieta monitorująca zamieszczona na stronie internetowej LGD - pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD | | ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - Liczba porad lub konsultacji udzielonych w biurze – 100 | Liczba odbiorców – 14400  Liczba odbiorców – 100 |
|  | Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR oraz promocja dobrych praktyk w zakresie operacji wdrażanych w ramach LSR | Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 | - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa) ze szczególnym uwzględnieniem grup defaworyzowanych i zagrożonych wykluczeniem społecznym  - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru,  - wnioskodawcy oraz beneficjenci pomocy | | - wyjazdy studyjne dla mieszkańców  - inne przedsięwzięcia promocyjne organizowane przez LGD (materiały promujące rozdawane przy okazji działań komunikacyjnych)  - konkursy plastyczne dla mieszkańców  - udział w imprezach na terenie obszaru działania (Mobilny Punkt Informacyjny) | | - Liczba wyjazdów studyjnych dla mieszkańców – 4  - Liczba wykonanych materiałów promujących – 19  - Liczba zorganizowanych konkursów plastycznych – 4  - Liczba wydanych kalendarzy z pracami laureatów konkursów plastycznych – 5  - Liczba imprez na terenie obszaru działania , w których uczestniczy LGD –24 | - Liczba odbiorców 135  - Liczba odbiorców 7600  - Liczba odbiorców 400  - Liczba odbiorców 1750  - Liczba odbiorców 3600 |

\*wskaźniki działań komunikacyjnych odpowiadające wskaźnikowi produktu z Wniosku o dofinansowanie projektu „Koszty bieżące i animacja LGD „Dolina Drwęcy””: *Liczba zorganizowanych imprez promujących LSR*

\*\* wskaźniki działań komunikacyjnych odpowiadające wskaźnikowi produktu z Wniosku o dofinansowanie projektu „Koszty bieżące i animacja LGD „Dolina Drwęcy””: *Liczba zorganizowanych spotkań dla potencjalnych wnioskodawców*

**Budżet Planu komunikacyjnego LSR na lata 2016-2023**

|  |  |
| --- | --- |
| **Rok** | **Planowana kwota wydatków na działania komunikacyjne** |
| 2016-2018 | 635.500 zł |
| 2019-2021 | 390.000 zł |
| 2022-2023 | 100.000 zł |
| **RAZEM** | **1.125.500,00 zł** |