**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 JSTOgłoszenia 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 – 36Liczba 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 JSTOgłoszenia 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 JSTOgłoszenia 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 JSTOgłoszenia 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 ewaluacyjnychorazZapewnienie 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 społeczeństwao rezultatach wdrażania LSR na lata 2014-2020, w tym o stopniu osiągania celów i wskaźników, wyniki bieżącego monitoringu i działań ewaluacyjnychorazZapewnienie 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 ewaluacyjnychorazZapewnienie 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 wnioskówo 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 celówi 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 celówi 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 celówi 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 LGDSpotkania 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 – 14400Liczba 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** |