



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską



LP.	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
1	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)	Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalach społecznościowych - fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym	Wskaźnik: Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych (ilość: 1) utrzymywane od 2024 r. Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 1)	250 € w WPR 250 € w EFS 250 € w EFRR (koszty kampanii w MS, koszty utrzymania strony www)	Monitoring oglądalności strony LGD, ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD
2	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów	Spotkania informacyjno – szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jsfp, grupy osób w niekorzystnej sytuacji	- Spotkania informacyjno-szkoleniowe	Wskaźnik: Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (planowane 3 spotkania: informacyjne, z kryteriów wyboru oraz wypełniania dokumentów aplikacyjnych), w tym minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wniosków W 2025 r. planowane są nabory: 1. Konkurs w EFS+ 2. Nabór grantobiorców w EFS+ 3. Konkurs w EFRR 4. Konkurs dla ośrodków kultury na projekty w partnerstwie w ramach PS WPR 5. Konkurs na podejmowanie i rozwijanie pozarolniczych działalności gospodarczych oraz tworzenie gospodarstw agroturystycznych Efekt: Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	50 € w WPR 50 € w EFS 50 € w EFRR (koszty poczęstunku na spotkaniach)	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską



LP.	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
3	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków	Potencjalni wnioskodawcy – w zależności od naboru	-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich -Informacje na portalach społecznościowych – fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym	Wskaźnik: Artykuły na stronach internetowych (ilość: 5, ostateczna liczba zależna od faktycznej liczby naborów). Planuje się min. 1 artykuł dot. danego naboru. Informacje na portalach społecznościowych oraz mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 5, ostateczna liczba zależna od faktycznej liczby naborów). Planuje się min. 1 post dot. jednego naboru. Efekt: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	100 € w WPR 100 € w EFS 50 € w EFRR (koszty kampanii w MS, koszty utrzymania strony www)	Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa
4	Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Beneficjenci, wnioskodawcy oraz grantobiorcy	- Doradztwo indywidualne/ szkolenia	Wskaźnik: Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart/ewidencji udzielonego doradztwa: 20 Liczba szkoleń: 3 Efekt: Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	200 € w WPR 100 € w EFS (koszty poczęstunku na spotkaniach)	Karta / ewidencja udzielonego doradztwa/ Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu
5	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji	Wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji	- Ankieta wypełniana po doradztwie	Wskaźnik: Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów (ilość: 15) Efekt: Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych	0 €	Badanie ankietowe

Fundusze
EuropejskieRzeczpospolita
PolskaDofinansowane przez
Unię Europejską

LP.	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
6	Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania	Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD -Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalu społecznościowym LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym	Wskaźnik: Artykuły na stronach internetowych (ilość: 5) Informacja na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 4) Efekt: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie	200 € w WPR 150 € w EFS 150 € w EFRR (koszty kampanii w MS, koszty przebudowy strony www w celu prezentacji realizowanych projektów)	Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów