

Plan komunikacji z lokalną społecznością na rok 2026 realizowany w ramach PS WPR oraz FEP wraz z budżetem.

Plan komunikacji uwzględnia realizację obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez właściwe IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR.

L p	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Grupa docelowa - adresaci działań	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Badania efektywności działań komunikacyjnych	Szacowany koszt w € wraz z główną kategorią wydatków
1.	Informowanie potencjalnych wnioskodawców o celach LSR i sposobie jej realizacji, kryteriach oceny operacji, zasadach przyznawania środków w ramach wsparcia z budżetu LSR. Zainteresowanie potencjalnych beneficjentów podejmowaniem aktywności zawodowej i/lub	Internetowa kampania informacyjna- w trakcie stałych działań informacyjnych, promocyjnych i reklamowych będą przekazywane aktualne treści dotyczące realizacji programu przez LGD oraz będzie prowadzony monitoring i ewaluacja ankietowa	Wszyscy mieszkańcy obszaru LGD, w tym osoby z grup w niekorzystnej sytuacji, potencjalni wnioskodawcy, osoby zainteresowane szkoleniami, osoby, które chcą wziąć udział w imprezach i wydarzeniach organizowanych przez LGD, osoby fizyczne, przedsiębiorcy, organizacje	Strona www- Portal społeczności owoy - Facebook	<u>Wskaźnik:</u> Narzędzia internetowe / szt. – 2 <u>Efekt:</u> O realizacji LSR dowie się ok. 2000 osób - zakłada się ok. 10 000 odsłon strony internetowej i wejść na Facebook	Monitoring oglądalności strony i fb LGD	1050,00 Opłata za prowadzenie strony internetowej i portalu społecznościowego



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



	społecznej w zakresie możliwości pozyskiwania środków zewnętrznych. Aktywizacja i animacja społeczności lokalnej		pozarządowe, JST, członkowie LGD				
2.	Informowanie potencjalnych wnioskodawców o wsparciu operacji z Funduszy Unii Europejskiej, zainteresowanie potencjalnych beneficjentów Programami, zapewnienie odpowiedniej wizualizacji Programów	Wizualizacja/ Reklama i informacja – zakup tablicy informacyjnej, baneru oraz roll-upu	Uczestnicy spotkań informacyjnych, szkoleń, warsztatów, targów, imprez promocyjnych, w tym: osoby fizyczne, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, JST, członkowie LGD	Narzędzia wizualizacyjne	<u>Wskaźnik:</u> Narzędzia wizualizacyjne / szt. – 3 Uwaga: narzędzia wizualizacyjne zostały wykonane w 2024 roku, ale będą wykorzystywane również w 2026 roku <u>Efekt:</u> O programie na podstawie narzędzi wizualizacji zostanie	Efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu będzie badana na podstawie analizy ankiet zawartych na kartach doradztwa	0,00



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



					poinformowanych ok. 700 osób		
3.	Informowanie potencjalnych wnioskodawców o celach LSR i sposobie jej realizacji, kryteriach oceny operacji, zasadach przyznawania środków w ramach wsparcia z budżetu LSR. Zainteresowanie potencjalnych beneficjentów podejmowaniem aktywności zawodowej i/lub społecznej w zakresie możliwości pozyskiwania środków zewnętrznych. Aktywizacja i animacja społeczności lokalnej	Kampania informacyjna we wszystkich gminach LGD w trakcie których nastąpi poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR Spotkania we wszystkich gminach nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD w trakcie których nastąpi poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru w tym przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji oraz seniorów i ludzi młodych (do 25 roku życia)	Spotkania stacjonarne lub online, prezentacje, warsztaty, wykłady, ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, GOK, szkoły) - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ.	<u>Wskaźnik:</u> 5 rodzajów spotkań/wydażeń 21 szt. x min. 10 osób/ = 210 osób. <u>Efekt:</u> Min. 210 osób (zakłada się rozpowszechnienie informacji przez bezpośrednich uczestników spotkań) zostanie poinformowanych o możliwości skorzystania z Programu i włączenia się	Efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu będzie badana na podstawie analizy złożonych wniosków o przyznanie pomocy w stosunku do zaplanowanych wskaźników.	1575,00 Usługa cateringowa / zakup produktów spożywczych



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską



		poszczególnych kryteriów oceny używanych przez radę LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych) oraz zostaną przekazane aktualne informacje o naborze wniosków Organizacja wyżej wymienionych spotkań dopuszczalna jest również w formie online			w realizację LSR		
4.	Promocja programów i obszaru LSR, Zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD, Promocja dobrych praktyk osiągniętych za pośrednictwem środków na wdrażanie Lokalnej Strategii Rozwoju zarówno na terenie LGD jak i w innych regionach, Budowanie	Targi	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru w tym przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji oraz seniorów i ludzi młodych (do 25 roku życia)	Impreza targowo-promocyjna	<u>Wskaźnik:</u> 1 szt. x 5 uczestników = 5 osób <u>Efekt:</u> 5 osób zaprezentuje obszar LGD oraz produkty lokalne ok. 1000 odbiorcom w kraju	Dokumentacja fotograficzna, lista obecności osób prezentujących obszar LSR	1000,00 Koszty przygotowani a stoiska, opłata, zakup produktów lokalnych, transport.



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



pozytywnego wizerunku wsi jako miejsca zamieszkania							
Budżet na działania komunikacyjne							3625,00