

## **Załącznik 5 Plan Komunikacji Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania „Dolina Stobrawy” w procesie wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju na lata 2016-2022**

---

### **Z.5.1. Wprowadzenie**

Komunikacja w procesie tworzenia i wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju jest warunkiem niezbędnym

w osiągnięciu zaplanowanych efektów. Jednym z aspektów wartości dodanej, jest systematyczne rozwijanie potencjału społeczności lokalnych do świadomego osiągnięcia celów strategii. Chcemy to uzyskać poprzez tworzenie warunków do aktywnego, ciągłego i szeroko rozumianego uczestnictwa społeczności lokalnych w bieżącym wdrażaniu LSR oraz kreowanie lokalnych liderów wywodzących się ze społeczności terenu LGD, która dzięki swojemu zaangażowaniu i prowadzonej działalności zawodowej może przyczynić się do rozwoju całego obszaru i osiągnięcia założonych celów. Planujemy bieżące włączanie społeczności lokalnych w realizację strategii, co przyniesie nie tylko efekty edukacyjne, ale także może znacząco polepszać jakość operacji zgłaszanych do LGD przez wnioskodawców.

Warunkiem zaangażowania społeczności lokalnej w realizację LSR jest skuteczna, obustronna komunikacja. Takie podejście pozwala na pozyskiwanie informacji zwrotnej i służy transparentności działań LGD, co jest niezwykle ważne w budowaniu zaufania do LGD, która w swej działalności korzysta ze środków publicznych. Plan komunikacji w swej konstrukcji zawiera opis celów, działań komunikacyjnych podporządkowanych tym celom, a także środków i narzędzi przekazu informacji na linii LGD – społeczności lokalne, jakich LGD zamierza używać w komunikowaniu się na poszczególnych etapach wdrażania LSR. Służy także identyfikacji występujących problemów komunikacyjnych (poprzez monitoring i ewaluację), dzięki czemu jest narzędziem kształującym poziom współpracy i zaangażowania partnerów i interesariuszy LGD.

### **Z.5.2. Cele działań komunikacyjnych**

Główne cele działań komunikacyjnych wynikają z przeprowadzonej analizy potrzeb/problemów komunikacyjnych, podczas wdrażania planu włączenia społeczności lokalnej w tworzenie LSR. Podczas spotkań w pięciu gminach i przeprowadzonych licznych dyskusji z mieszkańcami zidentyfikowano następujące problemy/potrzeby: zwiększone informowanie i edukacja na temat wdrażania LSR, edukacja w zakresie animacji lokalnej, zwiększanie umiejętności aplikowania o fundusze, Zwiększenie wiedzy w zakresie kompetencji liderek, zwiększone działania promocyjne. Większy nacisk na informowanie o LSR i promocje LGD rekomendowano również po przeprowadzonej ewaluacji LSR w 2012 roku.

Analizując powyższą diagnozę ustalono, że celem działań komunikacyjnych Lokalnej Strategii Rozwoju jest wspieranie realizacji celów określonych w LSR przez zachęcenie beneficjentów, potencjalnych beneficjentów oraz mieszkańców obszaru LGD do korzystania z dofinansowania dzięki dostarczeniu im informacji niezbędnych w procesie ubiegania się o środki unijne, motywowanie projektodawców i edukowanie w obszarze właściwej realizacji projektów oraz upowszechnianie efektów wykorzystania Funduszy Europejskich na obszarze LGD.

Celem dodatkowym jest tworzenie trwałego i pozytywnego wizerunku LGD oraz aktywizowanie społeczności lokalnych do włączenia się w realizację LSR poprzez aktywne uczestnictwo w proponowanych przedsięwzięciach. Działania komunikacyjne prowadzone będą poprzez zastosowanie odpowiednich metod i narzędzi komunikacji dobranych stosownie do określonych grup docelowych.

Cele szczegółowe planu komunikacji to: okresowe informowanie społeczności lokalnej o stanie realizacji LSR, bieżące informowanie o wszystkich ewentualnych zmianach w LSR, wsparcie potencjalnych beneficjentów w zakresie doskonalenia umiejętności przygotowania wniosków aplikacyjnych, edukacja określonych grup docelowych włączonych w proces wdrażania LSR,

popularyzowanie i promocja efektów realizacji projektów innowacyjnych, prezentacja sukcesów we wdrażaniu LSR.

### **Z.5.3. Grupy docelowe**

Grupy docelowe, do których kierowane będą poszczególne działania komunikacyjne wynikają z LSR i zapisanych tam celów ogólnych i szczegółowych. Wśród tych grup są m.in.: społeczność lokalna i wchodzące w jej skład grupy społeczne oraz grupy defaworyzowane; faktyczni i potencjalni beneficjenci, w tym m.in. przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, jednostki samorządu terytorialnego oraz partnerzy społeczni i gospodarczy. Specyficznymi grupami docelowymi, które w zasadzie będą kanałami komunikacji są media lokalne i grupy eksperckie (w tym m.in. eksperci z dziedziny gospodarki, naukowcy).

### **Z.5.4. Rodzaje działań i środków komunikacji**

Spośród wielu środków w planie komunikacji uwzględniono kilka narzędzi odpowiadającym celom LSR i określonym grupom docelowym. Rodzaje działań zostały tak dobrane, aby realizować wszystkie cele planu komunikacji. Wśród tych działań informacyjno-promocyjnych są:

Kampanie informacyjne, kierowane do ogółu społeczności lokalnej, a wśród niej potencjalnych beneficjentów. Celem kampanii będzie szeroka informacja i promocja samej LSR, zaplanowanych w niej przedsięwzięć i kryteriów oceny wniosków aplikacyjnych. W kampaniach zostaną wykorzystane przede wszystkim środki masowego przekazu oraz spotkania bezpośrednie. W kampaniach szczególnie nacisk położymy na dotarcie z informacją do grup defaworyzowanych.

Materiały informacyjne promocyjne i szkoleniowe (w formie drukowanej i elektronicznej) – będą wykorzystane częściowo w kampanii informacyjnej, a częściowo w realizowanych programach edukacyjnych.

Seminaria, konferencje, spotkania informacyjno-konsultacyjne będą zastosowane głównie celem informacji i wsparcia potencjalnych beneficjentów w postaci informacji i doradztwa merytorycznego. Okazjonalne imprezy masowe – organizowane przez LGD w partnerstwie z podmiotami gospodarczymi, społecznymi i publicznymi oraz uczestnictwo LGD w tego typu imprezach organizowanych przez inne podmioty gospodarcze lub społeczne służyć będą promocji i informacji oraz tworzeniu trwałego i pozytywnego wizerunku LGD.

Portale internetowe – biura LGD oraz podmiotów wchodzących w skład LGD, a także portale społecznościowe. Ten środek komunikacji posłuży nam do prezentacji wszystkich dokumentów związanych z wdrażaniem LSR, a także do bieżącego informowania, np. o terminach naboru wniosków, planowanych konkursach; rodzajach i wysokości wsparcia projektów, etc. Wszystkie informacje udostępniane na portalach internetowych będą miały formę przejrzystą i zrozumiałą dla każdego potencjalnego beneficjenta. Będą także zawierać adresy kontaktowe do osób odpowiedzialnych za wdrażanie LSR, a wiele z nich będzie miało formę interaktywną w postaci możliwości komentowania i wyrażania swoich opinii, co w dużym stopniu stanowi element innowacyjny.

W odniesieniu do komunikacji wewnętrznej ustalono, iż komunikację tę definiują podstawowe dokumenty pracy biura (np. zakresy czynności, umowy cywilnoprawne, regulamin pracy biura) i działalności organów LGD, które zapewnią prawidłowość procesu komunikowania, w tym także prowadzenie odpowiedniej dokumentacji związanej z procesem, jego monitorowaniem i ewaluacją działań komunikacyjnych.

### **Z.5.5. Plan komunikacji**

Szczegółowy plan komunikacji na linii LGD – grupy docelowe – LGD w procesie realizacji LSR 2014-2020 dla LGD „Dolina Stobrawy” znajduje się w tabeli Z5.2. Na początku każdego roku kalendarzowego przeprowadzana będzie rewizja harmonogramu działań komunikacyjnych i w przypadku jakichkolwiek zmian, np. aktualizacji terminów naborów wniosków wprowadzanych przez UM, czy wniosków wynikających z okresowych ewaluacji, plan ten będzie podlegał niezbędnym korektom.

### Z.5.6. Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu

Plan komunikacji opracowany jest na okres realizacji LSR dla Stowarzyszenia LGD „Dolina Stobrawy”. Okres ten podzielony został na lata kalendarzowe. W zbudowanym planie komunikacji działania komunikacyjne podzielono i dostosowano do tych właśnie okresów. Takie podejście służy uzyskaniu pełnej spójności celów i okresów działania zapisanych w LSR z celami i działaniami planu komunikacji.

Stosowane działania komunikacyjne oraz wykorzystywane w tym celu środki przekazu, podlegać będą cyklicznym badaniom efektów, jakie przynoszą i porównywaniu ich z zakładanymi efektami. Jeśli w wyniku monitoringu lub ewaluacji stwierdzi się, iż któreś z działań komunikacyjnych nie przynosi pożądanych efektów, na podstawie danych z badań w niezwłocznie zostanie zastosowany plan naprawczy. Plan ten polegać będzie na modyfikacji dotychczasowych praktyk komunikacyjnych i ich udoskonaleniu lub wprowadzeniu innych, które w ocenie LGD będą bardziej odpowiednie w drodze do celu. Każde bowiem działanie ma swe atuty, ale nosi także w sobie pewną dozę ryzyka. Wszystkie wyniki badań zostaną upublicznione na stronie internetowej Stowarzyszenia.

W podejściu do tworzenia planu komunikacji zaczęto od samooceny LGD, a szczególnie tej grupy osób, która będzie uczestniczyć i odpowiadać za działania komunikacyjne. Wynikiem tej samooceny było wyznaczenie osób odpowiedzialnych za komunikację wewnętrzną i zewnętrzną. W komunikacji wewnętrznej ważnym stało się ściśle określenie zakresu odpowiedzialności komunikacyjnych osób indywidualnych zatrudnionych do realizacji LSR. Kolejną czynnością było określenie zakresu odpowiedzialności osób odpowiedzialnych za proces komunikowania z otoczeniem, na linii LGD – szeroko rozumiana społeczność lokalna – LGD. W proces ten oprócz osób zatrudnionych będą włączeni członkowie organów LGD oraz członkowie LGD, w zależności od rodzaju i charakteru informacji. Natomiast do obowiązków biura LGD należy m.in. monitorowanie efektów komunikacji, ewaluacja procesu komunikacji, sporządzanie ocen i wniosków oraz generowanie propozycji ewentualnych zmian w planie komunikacji, nad którymi będzie sprawować nadzór dyrektor biura.

### Z.5.7. Budżet przewidziany na działania komunikacyjne

Tabela Z.5.1 Budżet Planu Komunikacji

Lata	Działania	Kwota
2016	Kampania informacyjna Spotkania informacyjno - konsultacyjne, dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD Uruchomienie szkoły animatorów społecznych	38 000,00
2017	Kampania informacyjna Spotkania informacyjno- konsultacyjne, dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD Weryfikacja zapisów LSR i dokumentów powiązanych Uruchomienie szkoły animatorów kulturalnych	25 000,00
2018	Kampania informacyjna Spotkania informacyjno- konsultacyjne, dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD Weryfikacja zapisów LSR i dokumentów powiązanych Uruchomienie szkoły liderów wiejskich	20 000,00
2019	Kampania informacyjna Spotkania informacyjno - konsultacyjne, dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD Weryfikacja zapisów LSR i dokumentów powiązanych Uruchomienie szkoły animatorów kulturalnych	20 000,00
2020	Kampania informacyjna	5 000,00

	Spotkania informacyjno - konsultacyjne, dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD Weryfikacja zapisów LSR i dokumentów powiązanych	
<b>2021</b>	Kampania informacyjna Spotkania informacyjno - konsultacyjne, dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD	<b>5 000,00</b>
<b>2022</b>	Podsumowanie realizacji LSR	<b>10 000,00</b>

Źródło: Opracowanie własne

#### **Z.5.8. Podsumowanie**

W planie komunikacji ujęto wiele działań komunikacyjnych, skierowanych do różnych grup społecznych, mających różne cele odpowiadające celom nakreślonym w LSR i mających przynieść różne efekty. Dobrane metody, techniki, środki i narzędzia przekazu informacji, a także doświadczenie i wysoki poziom umiejętności komunikacji interpersonalnej i merytorycznej pracowników biura LGD powinny przynieść planowane efekty. LGD planuje, że uzyska wsparcie w tym zakresie w wielu osobach będących członkami LGD, pełniącymi wielorakie funkcje społeczne i organizacyjne, a przede wszystkim będącymi liderami społecznymi i aktywnymi uczestnikami procesów wdrażania poprzedniego LSR.

Tabela Z.5.2. Plan komunikacji – cele, działania, środki i narzędzia komunikacji, wskaźniki, efekty

Termin	Cel komunikacji	Działanie komunikacyjne	Adresaci	Środki/narzędzia komunikacji	Wskaźniki	Planowane efekty
<p><b>I połowa 2016</b></p> <p><b>i II połowa 2016</b></p>	<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej celach, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR, procedurach oceny i wyboru operacji</p> <p>Poinformowanie potencjalnych beneficjentów na temat założeń i możliwości skorzystania ze środków LEADER w ramach 1 i 2 celu LSR.</p> <p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków w celu 1 i 2 oraz o terminach przyjmowania wniosków aplikacyjnych</p> <p>Poinformowanie o szkoleniach realizowanych w ramach naborów.</p>	<p>Kampania informacyjna</p> <p>Spotkania Informacyjno konsultacyjne dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia</p>	<p>Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane</p>	<p>Artykuły w prasie lokalnej, lokalnych mediach;</p> <p>Artykuły na portalach społecznościowych</p> <p>Artykuły na portalach LGD i UG;</p> <p>Informacje przekazywane do Lokalnego Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich w Kluczborku</p> <p>Poczta elektroniczna (baza danych potencjalnych wnioskodawców )</p> <p>Utworzenie punktu informacyjnego podczas imprez na terenie LGD</p> <p>Spotkania bezpośrednie, prezentacje, materiały informacyjne</p> <p>Ogłoszenia, plakaty informacyjne na tablicach informacyjnych</p> <p>Ulotka informacyjna wydana i dystrybuowana na obszarze LGD</p> <p>Ankieta dla wnioskodawców</p>	<p>2 artykuły w prasie i lokalnych mediach</p> <p>5 artykułów na portalach społecznościowych</p> <p>5 artykułów na portalach LGD i UG</p> <p>Minimum 5 maili przekazanych do adresatów z bazy danych LGD</p> <p>Organizacja 3 spotkań informacyjnych</p> <p>Minimum 1000 osób poinformowanych o założeniach LSR podczas spotkań bezpośrednich na imprezach lokalnych oraz w biurze LGD.</p> <p>Wydanie ulotki informacyjnej 3000 szt.</p>	<p>Mieszkańcy obszaru LGD podniosą poziom wiedzy nt. LSR, jej głównych celów, zasad przyznawania dofinansowania oraz typów operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR</p> <p>Zwiększy się partycypacja lokalnej społeczności w realizacji LSR</p> <p>Podniesienie wiedzy potencjalnych wnioskodawców nt. ogłoszonych konkursów</p> <p>Przygotowanie wniosków aplikacyjnych w odpowiedzi na ogłoszone konkursy</p>

	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD	Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji	Ankieta dla wnioskodawców	Minimum 100 osób korzystających z doradztwa i oceniających jakość pomocy świadczonej przez LGD.	Uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji z otrzymywanego wsparcia w przygotowywaniu wniosków
	Informowanie i aktywizowanie oraz edukacja wiejskich animatorów społecznych	Uruchomienie szkoły animatorów społecznych	Organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru	Warsztaty	Wyszkolimy 10 animatorów społecznych	Wzrost aktywności społecznej poprzez pracę animatorów ze społecznościami na terenie 5 gmin.
<b>I połowa 2017</b> <b>i II połowa 2017</b>	<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej celach, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR, procedurach oceny i wyboru operacji</p> <p>Poinformowanie potencjalnych beneficjentów na temat założeń i możliwości skorzystania ze środków LEADER w ramach 1 i 2 celu LSR.</p> <p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków w celu 1 i 2 oraz o terminach przyjmowania wniosków aplikacyjnych</p> <p>Poinformowanie o</p>	<p>Kampania informacyjna</p> <p>Spotkania Informacyjno konsultacyjne dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia</p>	Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane	<p>Artykuły w prasie lokalnej, lokalnych mediach;</p> <p>Artykuły na portalach społecznościowych</p> <p>Artykuły na portalach LGD i UG;</p> <p>Informacje przekazywane do Lokalnego Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich w Kluczborku</p> <p>Poczta elektroniczna (baza danych potencjalnych wnioskodawców )</p> <p>Utworzenie punktu informacyjnego podczas imprez na terenie LGD</p> <p>Spotkania Bezpośrednie, prezentacje, materiały informacyjne</p> <p>Ogłoszenia, plakaty informacyjne na</p>	<p>2 artykuły w prasie i lokalnych mediach</p> <p>5 artykułów na portalach społecznościowych</p> <p>5 artykułów na portalach LGD i UG</p> <p>Minimum 5 maili przekazanych do adresatów z bazy danych LGD</p> <p>Organizacja 5 spotkań informacyjnych</p> <p>Minimum 1000 osób poinformowanych o założeniach LSR podczas spotkań bezpośrednich na imprezach lokalnych oraz w biurze LGD.</p>	<p>Mieszkańcy obszaru LGD podniosą poziom wiedzy nt. LSR, jej głównych celów, zasad przyznawania dofinansowania oraz typów operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR</p> <p>Zwiększy się partycypacja lokalnej społeczności w realizacji LSR</p> <p>Podniesienie wiedzy potencjalnych wnioskodawców nt. ogłoszonych konkursów</p> <p>Przygotowanie wniosków aplikacyjnych w odpowiedzi na ogłoszone konkursy</p>

	szkoleniach realizowanych w ramach naborów.			tablicach informacyjnych Ulotka informacyjna dystrybuowana na obszarze LGD  Ankieta dla wnioskodawców		
	Konsultacja z lokalną społecznością obszaru LSR zapisów LSR, dokumentów powiązanych oraz sposobu wdrażania LSR	Weryfikacja zapisów LSR i dokumentów powiązanych	j.w.	Badanie ankietowe	Minimum 100 osób korzystających z doradztwa i oceniających jakość pomocy świadczonej przez LGD	Uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji z otrzymywanego wsparcia w przygotowywaniu wniosków
	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD	Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji	Ankieta dla wnioskodawców obszarze LGD	Minimum 100 osób korzystających z doradztwa i oceniających jakość pomocy świadczonej przez LGD	Uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji z otrzymywanego wsparcia w przygotowywaniu wniosków
	Informowanie i aktywizowanie oraz edukacja wiejskich animatorów kulturalnych	Uruchomienie szkoły animatorów kulturalnych	Organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych minimum 5 osób	Warsztaty	20 osób ukończy szkołę animatorów kulturalnych	Wzrost aktywności społecznej na wsiach poprzez działalność animatorów kulturalnych w świetlicach wiejskich.
<b>I połowa 2018</b>  <b>i II połowa 2018</b>	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej celach, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR, procedurach	Kampania informacyjna  Spotkania Informacyjno konsultacyjne dotyczące zasad opracowywania wniosków na	Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane	Artykuły w prasie lokalnej, lokalnych mediach;  Artykuły na portalach społecznościowych  Artykuły na portalach LGD i UG; Informacje przekazywane do Lokalnego Punktu	2 artykuły w prasie i lokalnych mediach  5 artykułów na portalach społecznościowych  5 artykułów na portalach LGD i UG	Mieszkańcy obszaru LGD podniosą poziom wiedzy nt. LSR, jej głównych celów, zasad przyznawania dofinansowania oraz typów operacji, które będą miały największe szanse

	<p>oceny i wyboru operacji</p> <p>Poinformowanie potencjalnych beneficjentów na temat założeń i możliwości skorzystania ze środków LEADER w ramach 1 i 2 celu LSR.</p> <p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków w celu 1 i 2 oraz o terminach przyjmowania wniosków aplikacyjnych</p> <p>Poinformowanie o szkoleniach realizowanych w ramach naborów.</p>	<p>poszczególne przedsięwzięcia</p>		<p>Informacyjnego Funduszy Europejskich w Kluczborku</p> <p>Poczta elektroniczna (baza danych potencjalnych wnioskodawców )</p> <p>Utworzenie punktu informacyjnego podczas imprez na terenie LGD</p> <p>Spotkania</p> <p>Bezpośrednie, prezentacje, materiały informacyjne</p> <p>Ogłoszenia, plakaty informacyjne na tablicach informacyjnych</p> <p>Ulotka informacyjna dystrybuowana na obszarze LGD</p> <p>Ankieta dla wnioskodawców</p>	<p>Minimum 5 maili przekazanych do adresatów z bazy danych LGD</p> <p>Organizacja 2 spotkań informacyjnych</p> <p>Minimum 1000 osób poinformowanych o założeniach LSR podczas spotkań bezpośrednich na imprezach lokalnych oraz w biurze LGD.</p>	<p>wsparcia z budżetu LSR</p> <p>Zwiększy się partycypacja lokalnej społeczności w realizacji LSR</p> <p>Podniesienie wiedzy potencjalnych wnioskodawców nt. ogłoszonych konkursów</p> <p>Przygotowanie wniosków aplikacyjnych w odpowiedzi na ogłoszone konkursy</p>
	<p>Konsultacja z lokalną społecznością obszaru LSR zapisów LSR, dokumentów powiązanych oraz sposobu wdrażania LSR</p>	<p>Weryfikacja zapisów LSR i dokumentów powiązanych</p>	<p>j.w.</p>	<p>Badanie ankietowe</p>	<p>Minimum 100 osób korzystających z doradztwa i oceniających jakość pomocy świadczonej przez LGD</p>	<p>Uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji z otrzymywanego wsparcia w przygotowywaniu wniosków</p>
	<p>Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD</p>	<p>Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD</p>	<p>Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji</p>	<p>Ankieta dla wnioskodawców</p>	<p>Minimum 100 osób korzystających z doradztwa i oceniających jakość pomocy świadczonej przez LGD</p>	<p>Uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji z otrzymywanego wsparcia w przygotowywaniu wniosków</p>



	Informowanie i aktywizowanie oraz edukacja liderów wiejskich	Uruchomienie szkoły liderów wiejskich	Organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych minimum 5 osób	Warsztaty	20 liderów wiejskich ukończy szkołę liderów	Wzrost aktywności społecznej na wsiach poprzez działalność liderów wiejskich.
<b>I połowa 2019</b> <b>i II połowa 2019</b>	<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej celach, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR, procedurach oceny i wyboru operacji</p> <p>Poinformowanie potencjalnych beneficjentów na temat założeń i możliwości skorzystania ze środków LEADER w ramach 1 i 2 celu LSR.</p> <p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków w celu 1 i 2 oraz o terminach przyjmowania wniosków aplikacyjnych</p> <p>Poinformowanie o szkoleniach realizowanych w ramach naborów.</p>	<p>Kampania informacyjna</p> <p>Spotkania Informacyjno konsultacyjne, dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia</p>	Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane	<p>Artykuły w prasie lokalnej, lokalnych mediach;</p> <p>Artykuły na portalach społecznościowych</p> <p>Artykuły na portalach LGD i UG; Informacje przekazywane do Lokalnego Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich w Kluczborku</p> <p>Poczta elektroniczna (baza danych potencjalnych wnioskodawców )</p> <p>Utworzenie punktu informacyjnego podczas imprez na terenie LGD</p> <p>Spotkania bezpośrednio, prezentacje, materiały informacyjne</p> <p>Ogłoszenia, plakaty informacyjne na tablicach informacyjnych</p> <p>Ulotka informacyjna dystrybuowana na obszarze LGD</p>	<p>2 artykuły w prasie i lokalnych mediach</p> <p>5 artykułów na portalach społecznościowych</p> <p>5 artykułów na portalach LGD i UG</p> <p>Minimum 5 maili przekazanych do adresatów z bazy danych LGD</p> <p>Organizacja 2 spotkań informacyjnych.</p> <p>Minimum 1000 osób poinformowanych o założeniach LSR podczas spotkań bezpośrednich na imprezach lokalnych oraz w biurze LGD.</p>	<p>Mieszkańcy obszaru LGD podniosą poziom wiedzy nt. LSR, jej głównych celów, zasad przyznawania dofinansowania oraz typów operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR</p> <p>Zwiększy się partycypacja lokalnej społeczności w realizacji LSR. Podniesienie wiedzy potencjalnych wnioskodawców nt. ogłoszonych konkursów Przygotowanie Wniosków aplikacyjnych w odpowiedzi na ogłoszone konkursy</p>

	Konsultacja z lokalną społecznością obszaru LSR zapisów LSR, dokumentów powiązanych oraz sposobu wdrażania LSR Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD	Weryfikacja zapisów LSR i dokumentów powiązanych	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji, mieszkańcy, grupy defaworyzowane.	Ankieta dla wnioskodawców	Minimum 100 osób korzystających z doradztwa i oceniających jakość pomocy świadczonej przez LGD	Uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji z otrzymywanego wsparcia w przygotowywaniu wniosków
	Informowanie i aktywizowanie oraz edukacja wiejskich animatorów kulturalnych	Uruchomienie szkoły animatorów kulturalnych	Organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych minimum 5 osób	Warsztaty	20 osób ukończy szkołę animatorów kulturalnych	Wzrost aktywności społecznej na wsiach poprzez działalność animatorów kulturalnych w świetlicach wiejskich.
<b>I połowa 2020</b>  <b>i II połowa 2020</b>	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej celach, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR, procedurach oceny i wyboru operacji  Poinformowanie potencjalnych beneficjentów na temat założeń i możliwości skorzystania ze środków LEADER w ramach 1 i 2 celu	Kampania informacyjna  Spotkania Informacyjno konsultacyjne, dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia	Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane	Artykuły w prasie lokalnej, lokalnych mediach;  Artykuły na portalach społecznościowych  Artykuły na portalach LGD i UG;  Informacje przekazywane do Lokalnego Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich w Kluczborku  Poczta elektroniczna (baza danych potencjalnych wnioskodawców )	2 artykuły w prasie i lokalnych mediach  5 artykułów na portalach społecznościowych  5 artykułów na portalach LGD i UG  Minimum 5 maili przekazanych do adresatów z bazy danych LGD  Minimum 1000 osób	Mieszkańcy obszaru LGD podniosą poziom wiedzy nt. LSR, jej głównych celów, zasad przyznawania dofinansowania oraz typów operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR  Zwiększy się partycypacja lokalnej społeczności w realizacji LSR  Podniesienie wiedzy

	<p>LSR.</p> <p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków w celu 1 i 2 oraz o terminach przyjmowania wniosków aplikacyjnych</p> <p>Poinformowanie o szkoleniach realizowanych w ramach naborów.</p>			<p>Utworzenie punktu informacyjnego podczas imprez na terenie LGD Spotkania bezpośrednie, prezentacje, materiały informacyjne</p> <p>Ogłoszenia, plakaty informacyjne na tablicach informacyjnych</p> <p>Ulotka informacyjna dystrybuowana na obszarze LGD</p>	<p>poinformowanych o założeniach LSR podczas spotkań bezpośrednich na imprezach lokalnych oraz w biurze LGD.</p> <p>Minimum 100 osób korzystających z doradztwa i oceniających jakość pomocy świadczonej przez LGD</p>	<p>potencjalnych wnioskodawców nt. ogłoszonych konkursów</p> <p>Przygotowanie wniosków aplikacyjnych w odpowiedzi na ogłoszone konkursy</p>
	<p>Konsultacja z lokalną społecznością obszaru LSR zapisów LSR, dokumentów powiązanych oraz sposobu wdrażania LSR</p>	<p>Weryfikacja zapisów LSR i dokumentów powiązanych</p>	<p>j.w.</p>	<p>Ankieta dla wnioskodawców</p>	<p>Minimum 100 osób korzystających z doradztwa i oceniających jakość pomocy świadczonej przez LGD</p>	<p>Uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji z otrzymywanego wsparcia w przygotowywaniu wniosków</p>
	<p>Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD</p>	<p>Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD</p>	<p>Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji</p>	<p>Ankieta dla wnioskodawców</p>		<p>Uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji z otrzymywanego wsparcia w przygotowywaniu wniosków</p>
<p><b>I połowa 2021</b></p> <p><b>i II połowa 2021</b></p>	<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej celach, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR, procedurach</p>	<p>Kampania informacyjna</p> <p>Spotkania Informacyjno konsultacyjne dotyczące zasad opracowywania wniosków na</p>	<p>Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane</p>	<p>Artykuły w prasie lokalnej, lokalnych mediach;</p> <p>Artykuły na portalach społecznościowych</p> <p>Artykuły na portalach LGD i UG;</p> <p>Informacje przekazywane do Lokalnego Punktu</p>	<p>2 artykuły w prasie i lokalnych mediach</p> <p>5 artykułów na portalach społecznościowych</p> <p>5 artykułów na portalach LGD i UG</p>	<p>Mieszkańcy obszaru LGD podniosą poziom wiedzy nt. LSR, jej głównych celów, zasad przyznawania dofinansowania oraz typów operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR</p>

	<p>oceny i wyboru operacji</p> <p>Poinformowanie potencjalnych beneficjentów na temat założeń i możliwości skorzystania ze środków LEADER w ramach 1 i 2 celu LSR.</p> <p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków w celu 1 i 2 oraz o terminach przyjmowania wniosków aplikacyjnych</p> <p>Poinformowanie o szkoleniach realizowanych w ramach naborów.</p>	poszczególne przedsięwzięcia		<p>Informacyjnego Funduszy Europejskich w Kluczborku</p> <p>Poczta elektroniczna (baza danych potencjalnych wnioskodawców )</p> <p>Utworzenie punktu informacyjnego podczas imprez na terenie LGD</p> <p>Spotkania bezpośrednie, prezentacje, materiały informacyjne</p> <p>Ogłoszenia, plakaty informacyjne na tablicach informacyjnych</p> <p>Ulotka informacyjna dystrybuowana na obszarze LGD</p>	<p>Minimum 5 maili przekazanych do adresatów z bazy danych LGD</p> <p>Minimum 1000 osób poinformowanych o założeniach LSR podczas spotkań bezpośrednich na imprezach lokalnych oraz w biurze LGD.</p> <p>Minimum 100 osób korzystających z doradztwa i oceniających jakość pomocy świadczonej przez LGD</p>	<p>Zwiększy się partycypacja lokalnej społeczności w realizacji LSR</p> <p>Podniesienie wiedzy potencjalnych wnioskodawców nt. ogłoszonych konkursów</p> <p>Przygotowanie wniosków aplikacyjnych w odpowiedzi na ogłoszone konkursy</p>
	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD	Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji	Ankieta dla wnioskodawców		Uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji z otrzymywanego wsparcia w przygotowywaniu wniosków
<p><b>I połowa 2022</b></p> <p><b>i II połowa 2022</b></p>	Podsumowanie z lokalną społecznością realizacji LSR	Podsumowanie realizacji LSR	<p>Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane</p> <p>Wnioskodawcy w poszczególnych</p>	<p>Artykuły w prasie lokalnej, lokalnych mediach;</p> <p>Artykuły na portalach społecznościowych</p> <p>Artykuły na portalach LGD i UG;</p> <p>Informacje przekazywane do Lokalnego Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich w Kluczborku</p>	<p>2 artykuły w prasie i lokalnych mediach</p> <p>5 artykułów na portalach społecznościowych</p> <p>5 artykułów na portalach LGD i UG</p> <p>Minimum 5 maili przekazanych do adresatów z bazy danych LGD</p> <p>Minimum 1000 osób</p>	<p>Mieszkańcy obszaru LGD podniosą poziom wiedzy nt. LSR, jej głównych celów, zasad przyznawania dofinansowania oraz typów operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR. Zwiększy się</p>

			zakresach operacji	<p>Poczta elektroniczna (baza danych potencjalnych wnioskodawców )</p> <p>Utworzenie punktu informacyjnego podczas imprez na terenie LGD Spotkania bezpośrednie, prezentacje, materiały informacyjne Ogłoszenia, plakaty informacyjne na tablicach informacyjnych</p> <p>Ankieta dla wnioskodawców Wydana ulotka informacyjna dotycząca dobrych praktyk i podsumowująca realizację strategii dystrybuowana na obszarze LGD</p>	<p>poinformowanych o założeniach LSR podczas spotkań bezpośrednich na imprezach lokalnych oraz w biurze LGD. Minimum 100 osób korzystających z doradztwa i oceniających jakość pomocy świadczonej przez LGD Ulotka 500 szt.</p>	<p>partycypacja lokalnej społeczności w realizacji LSR</p> <p>Podniesienie wiedzy potencjalnych wnioskodawców nt. ogłoszonych konkursów</p> <p>Przygotowanie Wniosków aplikacyjnych w odpowiedzi na ogłoszone konkursy.</p>
--	--	--	--------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------