

Plan komunikacji z lokalną społecznością – LGD „Wszyscy Razem”

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Badanie efektywności działań komunikacyjnych	Budżet (w euro)
I połowa każdego roku	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jst	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	<u>Wskaźnik:</u> Artykuł zamieszczony na stronie LGD i stronach internetowych gmin (ilość 10 szt.), aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Monitoring oglądalności strony LGD	0,00
Dwa razy w roku	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania oraz typach projektów, które będą miały największe szanse wsparcia budżetu LSR	Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, jst, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jst	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalach społecznościowych - fanpage LGD - plakaty na tablicach informacyjnych LGD oraz w gminach - informowanie na wszelkich	<u>Wskaźnik:</u> - Informacje na stronie internetowej LGD - Informacje na stronach internetowych gmin - Informacje w social media - plakaty na tablicach informacyjnych - informacja przekazana podczas spotkań - informacja przekazana podczas imprez kulturalno-promocyjnych np. dożynki - artykuły w prasie Ziemia Przysuska / Ziemia Grójecka	- 2 art. w prasie - ogłoszenia - informacje na stronach internetowych Urzędów Gmin oraz portalach społecznościowych	0,00

Handwritten signature

Handwritten mark

				spotkaniach na terenie LGD	Efekt: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR		
Na bieżąco	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów	Spotkania informacyjne i doradcze dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jst, grupy osób w niekorzystnej sytuacji	- Spotkania informacyjno-szkoleniowe	Wskaźnik: Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (ilość: 2 szt.) Efekt: Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	Lista obecności ze wskazaniem satysfakcji z przeprowadzonego szkolenia	3000
Na bieżąco	Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Beneficjenci oraz wnioskodawcy	- Doradztwo indywidualne	Wskaźnik: Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart/ewidencji udzielonego doradztwa (30 szt.) Efekt: Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Karta / ewidencja udzielonego doradztwa	0,00
Na bieżąco	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 i stronach gmin - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich	Wskaźnik: Artykuły na stronach internetowych (ilość: 10 przy każdym naborze) Informacje na portalach społecznościowych (ilość: 10	Monitoring oglądalności strony LGD i portalach społecznościowych – fanpage LGD	0,00

				<p>-Informacje na portalach społecznościowych – fanpage LGD</p> <p>- tablica ogłoszeń LGD i gmin</p> <p>- informowanie na wszelkich spotkaniach na terenie LGD</p>	<p>przy każdym naborze)</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji</p>		
I kwartał każdego roku	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 osobiście lub internetowo	<p><u>Wskaźnik:</u> Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów/ankieta online (ilość: 60)</p> <p><u>Efekt:</u> Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych</p>	Badanie ankietowe	
Na bieżąco	Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania	Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	<p>-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD</p> <p>-Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich</p> <p>- Informacje na portalu społecznościowym LGD</p> <p>- informowanie na wszelkich spotkaniach na terenie LGD</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych LGD (ilość: min. 10 szt. jeden raz w roku)</p> <p>Informacja na portalach społecznościowych (ilość: min. 10 szt. jeden raz w roku)</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym</p>	Monitoring oglądalności strony	

				„Wszyscy Razem”	okresie		
Raz w roku w latach 2024-2027	Animacja, integracja ludzi młodych, ograniczenie/zmniejszenie wyłączenia społecznego, cyfrowego seniorów, działania na rzecz grup w niekorzystnej sytuacji.	Wydarzenie animujące, integrujące, dedykowane ludziom młodym, seniorów w zakresie: włączenia społecznego, cyfrowego, działania na rzecz grup w niekorzystnej sytuacji. W tym wydarzenia sportowe, rekreacyjne	Mieszkańcy obszaru a w szczególności ludzie młodzi, seniorzy w zakresie: włączenia społecznego, cyfrowego lub innym oraz grupy w niekorzystnej sytuacji.	-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD -Mailing/strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalu społecznościowym LGD - tablica ogłoszeń LGD/gmin - informowanie na wszelkich spotkaniach na terenie LGD „Wszyscy Razem”	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych LGD i gmin (ilość: min. 10 szt. jeden raz w roku) Informacja na portalach społecznościowych (ilość: min. 10 szt. jeden raz w roku) - dokumentacja zdjęciowa <u>Efekt:</u> Animacja, integracja ludzi młodych, ograniczenie/zmniejszenie wyłączenia społecznego, cyfrowego seniorów, działania na rzecz grup w niekorzystnej sytuacji.	Monitoring oglądalności strony LGD	10 000
I, II, III kwartał każdego roku	Edukacja, informacja o możliwości pozyskiwania środków, informacja o terminach i naborach wniosków w LGD oraz naborach zewnętrznych oraz możliwości realizacji tych operacji	Spotkania informacyjno – szkoleniowe o możliwości pozyskiwania środków z różnych źródeł finansowania	Mieszkańcy obszaru a w szczególności ludzie młodzi, seniorzy w zakresie: włączenia społecznego, cyfrowego lub innym oraz grupy w niekorzystnej sytuacji, przedstawiciele organizacji pozarządowych, przedstawiciele gmin zajmująca się współpracą z organizacjami pozarządowymi	- messenger	<u>Wskaźnik:</u> - Formularze zgłoszeniowe (10 szt.) - dokumentacja zdjęciowa - artykuł na portalach społecznościowych <u>Efekt:</u> Edukacja, informacja o możliwości pozyskiwania środków, informacja o terminach i naborach wniosków w LGD oraz naborach zewnętrznych oraz możliwości realizacji tych operacji	Monitoring oglądalności strony LGD oraz na portalach społecznościowych	Środki zewnętrzne

Dwa razy w latach 2024-2027	- dotarcie do co najmniej 500 osób z przykładami zrealizowanych projektów, -podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o efektach realizacji LSR)	Prezentacja projektów realizowanych i zrealizowanych	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jst	publikacja 1 opracowania nt. dobrych praktyk realizacji projektów w ramach LSR, - zamieszczenie 10 artykułów na stronach internetowych (LGD oraz 10 gmin),	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych LGD i gmin (ilość: min. 10 szt. jeden raz w roku) <u>Efekt:</u> • dotarcie do co najmniej 500 osób z przykładami zrealizowanych projektów, • podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o efektach realizacji LSR).	Monitoring oglądalności strony LGD oraz na portalach społecznościowych	5000
Rok 2027	Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania	Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR	Mieszkańcy obszaru LGD, w tym ludzie młodzi, seniorzy i osoby w niekorzystnej sytuacji	Informacja na portalach społecznościowych	Wskaźnik: artykuł na stronie internetowej (ilość 10 szt) Efekt: poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania	Raport z ewaluacji końcowej	4000
Razem							22 000

PREZES ZARZĄDU
mgr Marian Koneciak

CK

A