

Łuków, dnia 09.06.2025 r.

## PLAN KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ LGD „RAZEM”

Warunkiem skutecznego zaangażowania społeczności lokalnej w tworzenie i realizację LSR 2023-2027 jest aktywna i **obustronna komunikacja** na linii LGD – społeczność lokalna – LGD, którą LGD „RAZEM” systematycznie rozwija poprzez stworzenie warunków do ciągłego i szeroko rozumianego uczestnictwa społeczności lokalnej w bieżącym wdrażaniu LSR. Jest to niezwykle istotny proces wynikający z roli, jaka w ramach polityki terytorialnej została przypisana LGD jako stowarzyszeniom odpowiedzialnym za kreowanie rozwoju i zmian na poziomie lokalnym. Plan komunikacji Lokalnej Strategii Rozwoju 2023-2027 LGD „RAZEM” był tworzony z zachowaniem zasady rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność, tj. **w sposób oddolny**, przy udziale mieszkańców. Plan komunikacji w swej konstrukcji zawiera opis celów, działań komunikacyjnych podporządkowanych tym celom, a także środków i narzędzi przekazu, 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 kształtującym poziom współpracy, zaangażowania partnerów i potencjalnych beneficjentów.

### I. Główne cele wynikające z przeprowadzonej analizy potrzeb i problemów komunikacyjnych

Przygotowanie planu komunikacji polegało na zaplanowaniu koncepcji komunikacji z lokalną społecznością w oparciu o analizy potrzeb mieszkańców, dotychczasowej działalności informacyjno-promocyjnej LGD, przegląd możliwych form i środków komunikacji, a następnie dostosowanie ich do lokalnych potrzeb i możliwości zasobów ludzkich i finansowych LGD „RAZEM”.

#### WYNIKI PRZEPROWADZONEJ ANALIZY

Przy opracowaniu planu komunikacji wzięto pod uwagę wszystkie wnioski wynikające z **przeprowadzonej analizy potrzeb/** problemów komunikacyjnych, realizowanej w formie partycypacyjnych spotkań, dyskusji warsztatowych oraz badań ewaluacyjnych i ankietowych. Wyniki tej analizy wyraźnie wskazują, że mieszkańcy **bardzo pozytywnie oceniają dostępne formy komunikacji stosowane przez LGD „RAZEM”**. Według raportu z ewaluacji zewnętrznej, przeprowadzonej w 2022 r. przez firmę Omikron, 68,9% mieszkańców obszaru zna LGD „RAZEM”, natomiast informacje o jej działaniach uzyskują najczęściej w urzędzie lub szkole (35%), ponadto prawie ¼ ankietowanych wiedzę tę pozyskała bezpośrednio poprzez bycie świadkiem działań prowadzonych przez LGD, a kolejnych 13,5% badanych w takich działaniach uczestniczyło. Mieszkańcy *bardzo dobrze* i *dobrze* ocenili: współpracę z innymi LGD (83%), prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dla mieszkańców (91%), informowanie członków LGD o funkcjonowaniu LGD (91%), pozyskiwanie dodatkowych funduszy zewnętrznych (81%), przeprowadzenie naborów wniosków (91%), prowadzenie doradztwa (95%). 90% ankietowanych ocenia ogólne funkcjonowanie biura LGD „RAZEM” raczej dobrze i bardzo dobrze. W ocenie ankietowanych (aż 99%) łatwo jest się umówić na spotkanie z pracownikami biura LGD, a także uzyskać potrzebne informacje drogą telefoniczną (99%) lub za pośrednictwem strony internetowej (98%). Ponadto 97% ankietowanych uważa, że strona internetowa zawiera aktualne informacje, a 97% jest zdania, że godziny pracy biura LGD są dogodne dla klientów. Osoby biorące udział w badaniu **wysoko ocenili poziom kompetencji, zaangażowania oraz komunikatywność i uprzejmość pracowników biura LGD** (97-99%).

LGD „RAZEM” zobowiązana jest do udzielania bezpłatnego doradztwa dla osób/firm, które zainteresowane są pozyskaniem dofinansowania. Doradztwa udzielają pracownicy biura LGD, przed i w trakcie naboru wniosków oraz beneficjentom na etapie rozliczenia projektu. LGD preferowało w kryteriach wnioskodawców korzystających ze wsparcia szkoleniowego i doradczego świadczonego przez pracowników biura LGD. Dzięki temu rozwiązaniu wnioski składane do LGD są znacznie lepszej jakości i dają większą szansę na realizację i końcowe rozliczenie. Doradztwo dokumentowane było kartą udzielonego doradztwa w zakresie przygotowania wniosku i biznesplanu, natomiast udział w szkoleniu/ spotkaniu informacyjnym potwierdzony był listą obecności. Każdy uczestnik doradztwa wypełniał ankietę zadowolenia z doradztwa. W latach 2016–2021 zebrano 402 takie ankiety. **Wyniki satysfakcji są bardzo wysokie.** W skali 7 punktowej, wybierane są oceny najwyższe (5) oraz kilkanaście ocen dobrych (4). Metodologia ustalona przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi wskazuje jednak na inny sposób liczenia doradztwa. Według tego sposobu LGD udzieliła doradztwa 291 osobom fizycznym oraz 85 instytucjom. Dodatkowo można wskazać, że 147 podmiotów, którym udzielono doradztwa udało się złożyć wniosek, a 89 z nich zawarło umowę na realizację operacji. Doradztwo świadczone bezpłatnie przez pracowników Biura LGD spełniało wszystkie oczekiwania wnioskodawców. Zadowolenie wyrażono również z jakości i sposobu organizacji szkoleń i działań promocyjnych.

Przeprowadzona analiza pokazuje, że nabory wniosków ogłaszane przez LGD „RAZEM” w większości przypadków wpisywały się w potrzeby mieszkańców (71,9%), natomiast 15,6% ankietowanych uważa, że idealnie wpisują się w potrzeby mieszkańców. **Ocena skuteczności naborów wniosków realizowanych w LGD jest zdecydowanie pozytywna na wszystkich badanych obszarach.** Ponad 50% zdecydowanie pozytywnych ocen zebrały realizacje w obszarach rozwoju infrastruktury, zarówno turystycznej i rekreacyjnej jak i społecznej i kulturalnej. Skuteczność w rozwiązywaniu problemów regionu zdecydowanie pozytywnie oceniło 50% respondentów również w obszarach promocji walorów regionu objętego LSR oraz rozwoju aktywności społecznej mieszkańców, wyrażającej się w ich udziale w warsztatach, szkoleniach, spotkaniach czy piknikach. Jednocześnie mniej zdecydowanie pozytywnie oceniony został obszar poprawy oferty zagospodarowania czasu wolnego dla młodszych i starszych mieszkańców regionu. Mimo ogólnie bardzo pozytywnej oceny w obszarach zakładania i rozwijania działalności gospodarczej, w ocenach pozytywnych przeważały głosy na „raczej” niż „zdecydowanie” tak. Plan komunikacji na lata 2015-2023 realizowany był na bieżąco zgodnie z ustaleniami. Szkolenia kierowane do wewnątrz organizacji były zróżnicowane i dopasowane do aktualnych potrzeb. Jednym z działań/elementów planu komunikacji były inicjatywy aktywizujące społeczność lokalną. Katalog aktywności, w których LGD brało udział poprzez swoich przedstawicieli jest znaczący. Stowarzyszenie ceni sobie możliwość realizacji projektów współpracy. Umożliwiają one przeprowadzenie projektów ściśle związanych z misją LGD i dają możliwość realizacji dodatkowych działań ukierunkowanych na turystykę i rekreację. Raport z ewaluacji pokazał, że aż 93,4% badanych uważa, że **środki finansowe przeznaczone na wdrażanie Lokalnej Strategii Rozwoju zostały wydane efektywnie**, czyli z korzyścią dla społeczności lokalnej. Przeciwnego zdania jest zaledwie 1,7% ankietowanych.

W wyniku badania ankietowego na temat metod komunikacji z LGD „RAZEM” ponad 65% ankietowanych jako preferowaną formą przekazywania informacji zwrotnej wskazało portale społecznościowe (np. Facebook) oraz stronę internetową LGD (51,6%). Ankietowani przekazali również sugestie dotyczące poprawy skuteczności działań komunikacyjnych poprzez większe wykorzystanie mediów społecznościowych (ponad 45% badanych) oraz udział w spotkaniach gminnych/wizyty w gminach (niespełna 13 %).

Ankiety nie wykazały problemów, ale z analizy Zarządu LGD wynika, iż przyznane dotacje w okresie 2014-2020, z zakresu podejmowania działalności gospodarczej, przeważają dla mieszkańców gminy Łuków, stąd – wprowadzenie nowego działania komunikacyjnego: **Mobilnego PIK (punktu informacyjno-konsultacyjnego) na obszarze LGD „RAZEM”**.

### CELE REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA LATA 2023-2027

Głównym celem realizacji planu komunikacji jest włączenie społeczności lokalnej obszaru LGD „RAZEM” w realizację LSR na lata 2023-2027 poprzez zastosowanie obustronnej komunikacji we wdrażaniu LSR. Mieszkańcy obszaru będą na bieżąco informowani o stanie realizacji LSR (stopień osiągnięcia celów i wskaźników). Prowadzenie szerokich działań komunikacyjnych poprzez różnorodne środki przekazu, w tym promocję dobrych praktyk realizowanych w innych regionach kraju (prezentowana z założeniem ich oddziaływania na kolejne operacje zgłaszane do LGD), przełoży się na wzrost zaangażowania lokalnej społeczności w podejmowanie wszelkich działań mających na celu rozwój obszaru LGD „RAZEM”. Celem działań jest ponadto promowanie LSR, a tym samym Planu Strategicznego dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-2027, który odzwierciedla cele Polityki Spójności Unii Europejskiej na lata 2021-2027, zwłaszcza wśród mediów lokalnych i ogółu mieszkańców. W działania informacyjno-promocyjne, tak jak dotychczas, będą zaangażowane wszystkie samorządy partnerskie tworzące LGD „RAZEM”, tj. 9 gmin wiejskich: Adamów, Krzywda, Łuków, Serokomla, Stanin, Stoczek Łukowski, Trzebieszów, Wojcieszków, Wola Mysłowska oraz 1 miasto Stoczek Łukowski.

W oparciu o informacje zwrotne zebrane dzięki technikom partycypacyjnym zostały wytyczone następujące **cele realizacji planu komunikacji** LSR LGD „RAZEM”:

1. 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.
2. Poinformowanie społeczności lokalnej obszaru LGD, w tym potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, stosowanych procedurach, zasadach przyznawania pomocy oraz typach operacji, na których realizację będzie można otrzymać wsparcie.
3. Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków, terminach ich przyjmowania i możliwości realizacji operacji.
4. Wsparcie merytoryczne dla wnioskodawców i beneficjentów/ grantobiorców w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów i rozliczania poprzez profesjonalne doradztwo, szkolenia/spotkania informacyjno-szkoleniowe oraz pomoc na każdym etapie realizacji projektów.
5. Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD.
6. Animacja i aktywizacja społeczności lokalnej obszaru LGD, w tym ludzi młodych, seniorów, grup w niekorzystnej sytuacji oraz lokalnych liderów i NGO poprzez organizację inkluzywnych działań animacyjno-integrujących oraz zwiększających zaangażowanie mieszkańców w działalność LGD.
7. Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania, w tym prezentacja sukcesów we wdrażaniu LSR oraz promocja dobrych praktyk.
8. Budowanie przyjaznego wizerunku LGD poprzez monitorowanie jakości stosowanych metod komunikacyjnych i animacyjnych, podnoszenie jakości usług doradczych oraz prowadzenie działań w obszarze budowania i utrzymania relacji z otoczeniem.

## II. Opis działań komunikacyjnych i grup docelowych oraz środków przekazu, w tym działań podejmowanych w przypadku problemów z realizacją LSR 2023-2027, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD „RAZEM”

### PLANOWANE DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE

Założone cele komunikacji zostaną osiągnięte poprzez intensywne, różnorodne i długofalowe **działania komunikacyjne**, które zostały określone w oparciu o prowadzone analizy i techniki partycypacyjne.

W celu skutecznego dotarcia do społeczności lokalnej i przekonania jej, iż warto aktywnie uczestniczyć w bieżącej realizacji LSR zaplanowało szereg działań komunikacyjnych w formie kampanii informacyjnych i innych działań, do których można zaliczyć:

- ⇒ **Kampania informacyjna dot. obowiązków komunikacyjnych beneficjentów** – obowiązek ten wynika z art.50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060, a efektem realizacji tego działania będzie monitoring oglądalności strony LGD.
- ⇒ **Kampania informacyjna w Internecie** - w ramach działania na stronie internetowej i będzie prowadzona na bieżąco kampania informacyjno-promocyjna dotycząca m.in. głównych założeń LSR, działań realizowanych przez LGD, informacji na temat aktualnych dokumentów, i oferowanego wsparcia, harmonogramu naboru wniosków o dofinansowanie, publikacji ogłoszeń o naborach wniosków wraz z dokumentacją konkursową. Dodatkowo zamieszczone zostaną informacje o zrealizowanych projektach jako dobre praktyki. System e-konsultacji będzie się odbywał za pośrednictwem e-maila: zapytanie – odpowiedź, konsultacja wniosku o dofinansowanie, przysyłanie uwag i sugestii do LGD oraz za pośrednictwem aplikacji, np. Messenger, Microsoft Teams.
- ⇒ **Szkolenia/spotkania informacyjno-szkoleniowe dot. przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji** – są to formy zakładające udział lokalnej społeczności i podmiotów funkcjonujących na obszarze LSR w celu uzyskania informacji dot. zasad i kryteriów przyznawania pomocy w ramach PS WPR 2023-2027, omówienia procedury naboru wniosków, a także warsztatowa praca w zakresie sporządzania wniosku i biznesplanu. Formy te zawierają elementy komunikacji dwustronnej, dyskusji, warsztatów wymiany doświadczeń.
- ⇒ **Doradztwo indywidualne/e-doradztwo** – forma komunikacji dwustronnej z aktywnym zaangażowaniem dwóch stron, pracownika biura LGD, skierowane do potencjalnego wnioskodawcy lub wnioskodawcy już uczestniczącego w procesie wdrożenia LSR. Doradztwo w zakresie przygotowania wniosku o przyznanie pomocy lub na etapie rozliczenia operacji może mieć formę spotkania twarzą w twarz z pracownikiem biura LGD lub w formie e-doradztwa za pomocą środków komunikacji elektronicznej (np. Messenger, Microsoft Teams, , e-mail).
- ⇒ **Udzielanie ogólnych informacji przez pracowników biura LGD** – wizyta w biurze, telefon lub e-mail od osoby zainteresowanej działalnością LGD lub stanem realizacji LSR. Udzielenia odpowiedzi dot. terminów naborów, zachęcenie do aktywnego włączenia się w działania w ramach LSR, informowanie o planowanych wydarzeniach i konkursach organizowanych przez LGD.
- ⇒ **Mobilny PIK na terenie LGD (punkt informacyjno-konsultacyjny)**– to forma umożliwienia mieszkańcom konsultacji w określonym terminie. Konsultacje zapewnią udział lokalnej społeczności z obszaru LGD „RAZEM” na etapie wdrażania strategii na lata 2023-2027. W punkcie konsultacyjnym będzie można uzyskać informacje o zasadach otrzymywania dotacji ze środków PS WPR 2023-2027, terminie naborów, zostać zachęconym do aktywnego włączenia się w działania w ramach LSR, poinformowanym o planowanych wydarzeniach i konkursach organizowanych przez LGD.

Mobilny PIK jest/będzie organizowany na wydarzeniach lokalnych typu: festyny, dożynki, targi w formie wystawienia stoiska. LGD przewiduje poszukiwanie i kojarzenie partnerów do realizacji projektów partnerskich/w partnerstwie.

- ⇒ **Spotkania Zespołu Roboczego ds. LSR** i dokumentów proceduralnych – to forma pogłębionego partnerstwa i skutecznej komunikacji członków stowarzyszenia w procesie opracowywania i wdrażania LSR. Zespół wybierany jest podczas WZC w celu wymiany poglądów między członkami stowarzyszenia, możliwości zgłaszania przez nich inicjatyw oddolnych, a także dotyczących funkcjonowania stowarzyszenia i wdrażania założeń LSR, aktualizacji dokumentów proceduralnych, w tym opracowywania podsumowań, rekomendacji, rozwiązań będących przedmiotem dalszych konsultacji. Spotkania mogą mieć formę on-line za pomocą środków komunikacji elektronicznej (np. Messenger, Microsoft Teams).
- ⇒ **Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości przeprowadzonych szkoleń/spotkań informacyjno-szkoleniowych i udzielonego doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz rozliczenia realizowanych operacji** – będzie miało formę ankiet zadowolenia z poziomu obsługi w biurze LGD/ankiet on-line, jakości doradztwa, szkolenia itp. Informacje na temat zadowolenia/satysfakcji osób korzystających z działań LGD będą źródłem wiedzy pracowników LGD i Zarządu na temat efektywności i jakości działań komunikacyjnych LGD i podstawą do wdrożenia zmian korygujących.
- ⇒ **Działania animacyjne skierowane do konkretnej grupy docelowej LSR ze szczególnym uwzględnieniem osób w niekorzystnej sytuacji** zdiagnozowanych na obszarze LSR. Działania zmierzające do pobudzenia ich aktywności na rzecz rozwoju lokalnego, wzmocnienia kapitału społecznego, budowania partnerstw, w szczególności wspierających środowiska grup w niekorzystnej sytuacji, ze szczególnym uwzględnieniem ludzi młodych do 25 roku życia i seniorów, w tym z zakresu włączenia społecznego i cyfrowego.
- ⇒ **Warsztaty/szkolenia tematyczne** – rozumiane jako działanie edukacyjne o charakterze wykładowo-warsztatowym, którego celem jest podniesienie wiedzy i kompetencji mieszkańców obszaru LGD w danej dziedzinie.
- ⇒ **Konferencje** – to formy zakładające szeroki udział lokalnej społeczności i podmiotów funkcjonujących na obszarze LSR. Ukierunkowane na przekazywanie informacji dotyczących wdrażania LSR i otrzymywania informacji zwrotnej oraz zwiększenia poziomu zaangażowania społeczności we wdrażanie LSR i działalność LGD.
- ⇒ **Konkursy tematyczne** – jako forma promocyjna zachęcająca do aktywnego włączenia się w realizację celów LSR np. dotyczące prezentacji zrealizowanych inicjatyw – tzw. dobre praktyki, promocja lokalnych zasobów itp.
- ⇒ **Szkolenia zewnętrzne i wewnętrzne** dla kadry biorącej udział we wdrażaniu LSR, pracowników i członków Zarządu, LGD gwarantujące wysoką jakość świadczonych usług doradczych, zgodne z planem szkoleń
- ⇒ **Monitoring wskaźników i ewaluacja założeń i realizacji LSR** – bieżące monitorowanie efektów wdrażania LSR, w tym publikacja wyników weryfikacji wdrażania, zbieranie opinii i ewentualna korekta założeń planu komunikacji.
- ⇒ **Komunikacja wewnętrzna w LGD** - 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.

Działania komunikacyjne LGD „RAZEM” będą prowadzone na obszarze LSR oraz poza obszarem LSR.

## GRUPY DOCELOWE

Działania komunikacyjne są kierowane do określonych **grup docelowych**, do których LGD „RAZEM” zamierza docierać z przekazem komunikacyjnym tak, aby udział społeczności lokalnych i wyodrębnionych z niej poszczególnych grup adresatów-interesariuszy w procesie komunikacji był możliwie szeroki i co do zasady otwarty:

- 1. Społeczność lokalna** – zamieszkująca obszar gmin: Adamów, Krzywda, Łuków, Serokomla, Stanin, Miasto Stoczek Łukowski, Stoczek Łukowski, Trzebieszów, Wojcieszków, Wola Mysłowska. Informacja i promocja Planu Strategicznego dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-2027 adresowana do społeczności lokalnej obszarów wiejskich w głównej mierze ma na celu informowanie o efektach PS WPR 2023-2027, zapoznanie z przykładami dobrych praktyk i pozytywny odbiór programu. Ze względu na wielkość ww. grupy docelowej działania informacyjne kierowane będą do lokalnych liderów: sołtysów, aktywnych członków lokalnych stowarzyszeń. Z tej szerokiej grupy ogółu społeczności lokalnej można wyodrębnić podgrupy, do których będą kierowane inne formy i środki przekazu.
- 2. Potencjalni wnioskodawcy** – to grupa osób, do których dotarł ogólny komunikat dotyczący LGD i LSR, którzy zainteresowali się ofertą LGD. Do nich kierowany będzie duży zakres działań komunikacyjnych LGD. Do potencjalnych wnioskodawców zaliczani są: osoby fizyczne, przedsiębiorcy (w tym MŚP), rolnicy, oraz JST, w tym jednostki organizacyjne JST, a także organizacje pozarządowe, koła gospodyń wiejskich, kościoły i związki wyznaniowe, podmioty ekonomii społecznej (w tym spółdzielnie socjalne), jednostki nieposiadające osobowości prawnej, którym ustawy nadają zdolność do wykonywania czynności prawnych typu: stowarzyszenia zwykle.
- 3. Wnioskodawcy i beneficjenci/grantobiorcy** - to grupa osób fizycznych i przedsiębiorców oraz NGO i jednostek organizacyjnych JST, którzy złożyli lub zamierzają złożyć wnioski do LGD na realizację operacji w ramach LSR. Komunikacja z takimi grupami będzie miała formę bezpośredniego kontaktu, najczęściej w formie konsultacji i doradztwa, związanego z przygotowaniem, realizacją i rozliczeniem projektu.
- 4. Grupy w niekorzystnej sytuacji**, zdiagnozowane na obszarze LSR, w tym: **kobiety, osoby z niepełnosprawnościami, rolnicy (gospodarstw niskotowarowych i małych gospodarstw rolnych oraz domownicy), ludzie młodzi do 25 r. ż., seniorzy powyżej 60 r. ż.** (w tym wykluczeni cyfrowo) – Działania dedykowane dla mieszkańców obszaru LSR, wykluczonych społecznie ze względu na przynależność do grup zdiagnozowanych jako grupy w niekorzystnej sytuacji oraz dla ludzi młodych i seniorów. Działania będą mieć charakter informacyjny i motywujący do podjęcia działań m.in.: w kierunku podjęcia zatrudnienia, aktywizacji społeczności lokalnej. W LSR i planie komunikacji przewidziano działania integracyjno-aktywizujące kierowane do społeczności lokalnej, które potwierdzają inkluzyny charakter działalności, m.in. spotkania informacyjne oraz warsztaty i szkolenia, a także działania zachęcające do podjęcia aktywności udostępnione w miejscach ogólnodostępnych m.in.: strony internetowe LGD oraz gmin członkowskich, GBP, profile społecznościowe, tablice ogłoszeń (dla wykluczonych cyfrowo).
- 5. Członkowie LGD, w tym członkowie Rady, Zarządu** - zadeklarowani przedstawiciele grup interesu sektora społecznego, gospodarczego, publicznego oraz grupy w niekorzystnej sytuacji, którzy współtworzą LGD, mają realny wpływ na decyzje podejmowane przez władze LGD i kontrolują wykonywanie misji i wizji LGD poprzez realizację LSR. Współpraca członków LGD realizowana w pogłębianym partnerstwie ma fundamentalne znaczenie dla budowania pozytywnego wizerunku LGD na zewnątrz, dlatego powinna wzmacniać wszelkie formy komunikacji dwustronnej.
- 6. Organizacje pozarządowe i inne podmioty nieformalne** – podmioty współpracujące z LGD w partnerstwie w zakresie działań komunikacyjnych LGD stanowią ważną grupę odbiorców i przekazujących informacje zwrotne. LGD realizując LSR współpracuje z wieloma instytucjami i organizacjami, wymieniając się informacjami, współtworząc komunikaty i formy przekazu. Formą

partnerstwa jest wspieranie współpracy z innymi podmiotami tj. animowanie podmiotów z obszaru LSR do współpracy z innymi podmiotami, nie tylko z LGD, poprzez szkolenia, spotkania aktywizacyjne itp. LGD „RAZEM” zamierza wspierać realizację operacji realizowanych w partnerstwie, czego istotnym elementem jest kojarzenie partnerów.

7. **Środki masowego przekazu** – celem działań skierowanych do środków masowego przekazu jest upowszechnienie informacji o działaniach wdrażanych przez LGD „RAZEM” w ramach RLKS, np. o stanie wdrażania LSR, efektach tych działań, o zrealizowanych projektach, dobrych praktykach.

## ŚRODKI PRZEKAZU

W zależności od rodzaju działań komunikacyjnych planuje się użycie różnych **środków przekazu** dostosowanych do konkretnych grup odbiorców:

- spotkania informacyjno-szkoleniowe/szkolenia, konferencja, doradztwo, konsultacje w mobilnych PIK);
- **Środki komunikacji elektronicznej** (np. spotkania/konsultacje/doradztwo poprzez aplikację np. Messenger, Teams,
- **Internet** (np. informacje na oficjalnej stronie internetowej i/lub portalu społecznościowym LGD, stronie internetowej i/lub portalach społecznościowych gmin członkowskich i partnerów np. GBP, GOK, GOPS );
- **Lokalne media prasa** (np. artykuły, informacje w lokalnych mediach);
- **Materiały konferencyjne i szkoleniowe** (np. materiały drukowane w uzasadnionych przypadkach, prezentacje i materiały w wersji elektronicznej);
- **Ankieta** (w wersji on-line, papierowa po szkoleniu/spotkaniu informacyjno-szkoleniowym stacjonarnym w celu oceny jakości udzielonego doradztwa/szkolenia lub ankieta ogólna dot. opinii mieszkańców w zakresie wdrażania LSR);
- **Karta doradztwa** – dokument potwierdzający udzielanie doradztwa.
- **Plakaty, ulotki,**
- **Tablice informacyjne** (w LGD);

Przyporządkowanie środków przekazu do odpowiednich działań komunikacyjnych i grup odbiorców zostało ujęte w poniższej tabeli *Plan komunikacji LGD „RAZEM”*.

## PLANOWANE DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE W RAZIE PROBLEMÓW ZWIĄZANYCH Z REALIZACJĄ LSR ORAZ NISKIM POPARCIU LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI DLA REALIZOWANYCH DZIAŁAŃ PRZEZ LGD

| Zagrożenie                                                                                                                                                                           | Środki zaradcze                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Małe zainteresowanie społeczności lokalnej pozyskiwaniem dofinansowania i działaniami wskazanymi w LSR, w tym mała liczba złożonych wniosków.                                        | Płatna informacja w prasie o zasięgu lokalnym lub regionalnym dotycząca przyszłych naborów, ogólnych informacji o zakresie wsparcia, możliwych beneficjentach i możliwościach pozyskania informacji. Informacje w telewizji lokalnej lub regionalnej w czasie antenowym o dużej oglądalności. |
| Brak zaufania mieszkańców obszarów wiejskich do instytucji zajmującej się Funduszami Unijnymi i przekonanie o ich niedostępności.                                                    | Zwiększenie liczby Mobilnych Punktów Konsultacyjnych w gminach, w celu dotarcia do potencjalnych wnioskodawców,                                                                                                                                                                               |
| Problemy zgłaszane przez beneficjentów na etapie realizacji projektów (bariery wynikające z braku doświadczenia, niezrozumienia dokumentów prawnych i braku orientacji w przepisach) | Świadczenie indywidualnego doradztwa dla beneficjentów w biurze LGD, Mobilnych Punktach konsultacyjnych oraz e-doradztwo z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej poprzez aplikację Messenger, Teams,);                                                                            |

|                                                                                                                                                        |                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Brak zrozumienia przekazu przez mieszkańców, beneficjentów i potencjalnych wnioskodawców, zmiana zasad w stosunku do poprzedniego okresu programowania | Formułowanie komunikatów w sposób spójny i przejrzysty, wskazanie na zmiany w stosunku do poprzedniego okresu programowania |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### III. Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów tych działań

Zakładane wskaźniki w oparciu o planowany budżet działań komunikacyjnych, finansowanych w ramach Zarządzania LSR, oraz efekty tych działań zostały szczegółowo przedstawione w tabeli *Plan komunikacji LGD „RAZEM”*.

#### Analiza efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu (w tym tryb korygowania planu komunikacji)

LGD przewiduje cykliczne badanie stosowanych środków przekazu i zaproponowanych działań komunikacyjnych pod kątem osiągnięcia planowanych efektów, a także racjonalnego wykorzystania budżetu planu komunikacji. Dane są zbierane na bieżąco w trakcie realizacji działań komunikacyjnych, w szczególności bezpośrednich form przekazu np. ankiety zadowolenia z doradztwa, ankiety oceny szkoleń, konferencji, spotkań konsultacyjnych. Wszystkie raporty dotyczące monitoringu i ewaluacji będą publikowane na stronie internetowej LGD. Ponadto prowadzone badanie ankietowe w ramach monitoringu LSR, będzie zawierać pytania dotyczące efektywności, trafności, skuteczności, użyteczności i trwałości działań komunikacyjnych i środków przekazu wykorzystywanych przez LGD „RAZEM” co pozwoli na ocenę skuteczności prowadzonych działań. W sytuacji, gdy zakładane efekty będą niezadowalające, LGD będzie poszukiwać innych form komunikacji i środków przekazu korygując plan komunikacji z uwidocznieniem działań naprawczych (np. nowe kampanie informacyjne), aby zapewnić ich skuteczność i efektywność, a tym samym osiągnąć cele zakładane w planie komunikacji.

### IV. Indykatorywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem głównych wydatków

Indykatorywny budżet przeznaczony na realizację planu komunikacji to ok. 1% budżetu na wdrażanie LSR tj. ok. 22 500,00 euro.



Szczegółowy wykaz działań komunikacyjnych, narzędzi i środków przekazu zastosowanych w poszczególnych celach, *przedstawia poniższa tabela: Plan komunikacji LGD „RAZEM”*.

| Plan komunikacji Lokalnej Grupy Działania „RAZEM KU LEPSZEJ PRZYSZŁOŚCI” |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                   |                                                                 |                                                                                                                          |         |                                              |
|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------------------------------------------|
| Termin                                                                   | Cel komunikacji                                                                                                                                                                                                                                                                      | Adresaci (grupy docelowe)                                                                                                                                                                                                                                                 | Działanie komunikacyjne                                                                           | Narzędzia i środki przekazu                                     | Zakładane wskaźniki                                                                                                      |         | Badanie efektywności działań komunikacyjnych |
|                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                   |                                                                 | Jednostka miary                                                                                                          | Wartość |                                              |
| 2024-2029                                                                | 1. 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 | Społeczność lokalna obszaru LGD „RAZEM”, w tym: potencjalni wnioskodawcy, Wnioskodawcy, beneficjenci/ grantobiorcy, w szczególności osoby fizyczne (w tym osoby młode, seniorzy i osoby z niekorzystnej sytuacji), rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jsfp | Kampania informacyjna w Internecie                                                                | Internet: informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD     | Liczba artykułów<br><br>(aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych) | 1 szt.  | Monitoring oglądalności strony LGD           |
| 2024-2029                                                                | 2. Poinformowanie społeczności lokalnej obszaru LGD, w tym potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, przedsięwzięciach, kryteriach i zasadach przyznawania pomocy oraz typach operacji, na których realizację                                                          | Społeczność lokalna obszaru LGD „RAZEM”, w tym: potencjalni wnioskodawcy, w szczególności osoby fizyczne (w tym osoby młode, seniorzy i osoby z niekorzystnej                                                                                                             | Kampania informacyjno-promocyjna „Startujemy z nową LSR 2023-2027” dotycząca głównych założeń LSR | Internet: informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD     | Liczba informacji na stronach internetowych                                                                              | 1 szt.  | Monitoring oglądalności strony LGD           |
|                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                   | Internet: informacje na stronie na portalu społecznościowym LGD | Liczba informacji na portalach społecznościowych                                                                         | 1 szt.  | Statystyki Facebook Meta Business            |

|           |                                                                                              |                                                                              |                                                   |                                                                                     |                                                                                                     |                   |                                                            |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------------------------------------------------------------|
|           | będzie można<br>otrzymać wsparcie                                                            | sytuacji), rolnicy,<br>przedsiębiorcy,<br>organizacje<br>pozarządowe, jsfp   |                                                   | Ulotki informacyjne                                                                 | Liczba rozdanych ulotek                                                                             | 1100 szt.         | Rejestr dystrybucji<br>materiałów<br>informacyjnych<br>LGD |
|           |                                                                                              |                                                                              |                                                   | Lokalne media:<br>informacje w<br>lokalnych mediach                                 | Liczba informacji<br>w lokalnych mediach                                                            | 1 szt.            | Źródło danych:<br>nakład gazet                             |
|           |                                                                                              |                                                                              |                                                   | Spotkania w gminach<br>członkowskich                                                | Liczba spotkań                                                                                      | 9 szt.            | Lista<br>obecności/dokume<br>ntacja zdjęciowa              |
|           |                                                                                              |                                                                              |                                                   |                                                                                     | Liczba informacji o<br>spotkaniach na stronach<br>internetowych/portalach<br>społecznościowych gmin | 10 szt.           | Zrzuty ekranu ze<br>stron gmin                             |
|           |                                                                                              |                                                                              |                                                   | Mobilny PIK (punkt<br>informacyjno-<br>konsultacyjny podczas<br>lokalnych wydarzeń) | Liczba wystawionych stoisk<br>PIK                                                                   | 3 szt.            | Dokumentacja<br>zdjęciowa                                  |
|           |                                                                                              |                                                                              |                                                   | Doradztwo w biurze<br>LGD                                                           | Liczba udzielonego<br>doradztwa dot. ogólnych<br>założeń LSR                                        | min. 20<br>szt.   | Karta<br>doradztwa/rejestr<br>doradztwa                    |
| 2024-2029 | 3. Poinformowanie<br>potencjalnych<br>wnioskodawców<br>o naborach wniosków,<br>terminach ich | Potencjalni<br>wnioskodawcy w<br>zależności od<br>naboru,<br>w szczególności | Kampania<br>informacyjna dot.<br>naborów wniosków | Internet: informacje<br>na oficjalnej stronie<br>internetowej LGD                   | liczba informacji<br>na stronie internetowej LGD                                                    | min. 5-10<br>szt. | Monitoring<br>oglądalności<br>strony LGD                   |

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                           |                                                                                               |                                                                   |                                           |                                   |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------------|
|           | przyjmowania i możliwości realizacji operacji                                                                                                                                                                                                                                   | osoby fizyczne, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jsfp, społeczność lokalna obszaru LGD „RAZEM”, w tym ludzie młodzi, seniorzy (także osoby wykluczone cyfrowo) i osoby w niekorzystnej sytuacji                                     |                                                                                           | Internet: informacje na portalu społecznościowym);                                            | liczba informacji na portalach społecznościowym                   | min. 2 szt.                               | Statystyki Facebook Meta Business |
|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                           | Mobilny PIK (punkt informacyjno-konsultacyjny podczas lokalnych wydarzeń)                     | Liczba wystawionych stoisk PIK                                    | 5 szt.                                    | Dokumentacja zdjęciowa            |
|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                           | Doradztwo w biurze LGD                                                                        | Liczba udzielonego doradztwa dot. naborów wniosków                | min. 20 szt.                              | Karta doradztwa/rejestr doradztwa |
|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                           | Plakaty na tablicach ogłoszeń                                                                 | Liczba plakatów                                                   | 10 szt.                                   | Dokumentacja zdjęciowa            |
| 2024-2029 | 4. Wsparcie merytoryczne dla wnioskodawców i beneficjentów/ grantobiorców w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów i rozliczania poprzez profesjonalne doradztwo, szkolenia/spotkania oraz pomoc na każdym etapie realizacji projektów | Potencjalni wnioskodawcy, beneficjenci/grantobiorcy, w szczególności osoby fizyczne, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jsfp, społeczność lokalna obszaru LGD „RAZEM”, w tym ludzie młodzi, seniorzy i osoby w niekorzystnej sytuacji | Kampania szkoleniowo-doradcza dot. naborów wniosków                                       | Szkolenie/spotkanie informacyjno-szkoleniowe                                                  | Liczba szkoleń/spotkań informacyjno-szkoleniowych                 | 5 szt.                                    | Lista obecności                   |
|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                           | Doradztwo merytoryczne w biurze LGD /e-doradztwo za pomocą środków komunikacji elektronicznej | Liczba udzielonego doradztwa merytorycznego                       | 40 osób                                   | Karta doradztwa/rejestr doradztwa |
| 2024-2029 | 5. Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD                                                                                                                                                                                     | Wnioskodawcy i beneficjenci/ grantobiorcy w poszczególnych zakresach operacji,                                                                                                                                                                       | Kampania badająca satysfakcję wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości przeprowadzonych | Ankieta on-line/ankieta papierowa wypełniana po szkoleniu/spotkaniu                           | Liczba ankiet dystrybuowanych wśród wnioskodawców i beneficjentów | Liczba rozdystrybuowanych ankiet 100 szt. | zwrot ankiet na poziomie min. 50% |

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                   |                                                                                               |                                                                                   |         |                                                                       |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------------------------------------------------------------|
|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                          | w tym ludzie młodzi, seniorzy i osoby w niekorzystnej sytuacji                                                                                                                         | szkoleń i udzielonego doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz rozliczenia realizowanych operacji | informacyjno-szkoleniowym/doradztwie w siedzibie biura LGD                                    |                                                                                   |         |                                                                       |
| 2024-2029 | 6. Animacja i aktywizacja społeczności lokalnej obszaru LGD, w tym ludzi młodych, seniorów, grup w niekorzystnej sytuacji oraz lokalnych liderów i NGO poprzez organizację inkluzywnych działań animacyjno-integrujących oraz zwiększających zaangażowanie mieszkańców w działalność LGD | Społeczność lokalna obszaru LGD „RAZEM”, w tym ludzie młodzi do 25 r. ż., seniorzy 60+(również osoby wykluczone cyfrowo), osoby w niekorzystnej sytuacji zdiagnozowane na obszarze LSR | Kampania animacyjno-aktywizująca społeczność lokalną obszaru LGD                                                                                                  | Internet: informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD i na portalu społecznościowym LGD | Liczba kampanii informacyjnych w Internecie                                       | 2 szt.  | Monitoring oglądalności strony/Dokumentacja zdjęciowa/listy obecności |
|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                   | Konkurs tematyczny                                                                            | Liczba działań animacyjnych skierowanych do ludzi młodych, w tym osób do 25 r. ż. | 1 szt.  |                                                                       |
|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                   | Warsztaty/szkolenie tematyczne                                                                | Liczba działań animacyjnych skierowanych do seniorów, w tym osób powyżej 60 r. ż. | 1 szt.  |                                                                       |
|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                   |                                                                                               | Liczba plakatów na tablicach ogłoszeń                                             | 10 szt. |                                                                       |

|             |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                      |                                                 |                                                                                                        |                                                                                                              |        |                                                                               |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------------------------------------------------------------------------------|
|             |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                      |                                                 | Konkurs/warsztaty/szkolenie tematyczne                                                                 | Liczba działań animacyjnych skierowanych do osób w niekorzystnej sytuacji zdiagnozowane na obszarze LSR      | 1 szt. |                                                                               |
|             |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                      |                                                 | Konkurs tematyczny                                                                                     | Liczba działań animacyjnych dla lokalnych liderów/NGO dot. wdrażania nowych projektów na obszarach wiejskich | 4 szt. |                                                                               |
|             |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                      |                                                 | Warsztaty/szkolenie tematyczne                                                                         | Liczba działań animacyjnych skierowanych do NGO (w tym szkolenia z księgowości)                              | 2 szt. |                                                                               |
|             |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                      |                                                 | Baza potencjalnych partnerów                                                                           | Liczba działań animacyjnych dot. kojarzenia partnerów na obszarze LGD                                        | 1 szt. |                                                                               |
|             |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                      |                                                 | Warsztaty/szkolenie tematyczne                                                                         | Liczba działań animacyjnych dot. wdrażania koncepcji SMART VILLAGES                                          | 2szt.  |                                                                               |
| I pół. 2029 | 7. Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania, w tym prezentacja sukcesów we wdrażaniu LSR oraz promocja dobrych praktyk | Społeczność lokalna obszaru LGD „RAZEM”, w tym: Członkowie LGD, Rady, beneficjenci/ grantobiorcy, osoby fizyczne (w tym osoby młode, seniorzy i osoby z grupy w niekorzystnej sytuacji), organizacje | Kampania informacyjna o efektach realizacji LSR | Internet: informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD/stronach internetowych gmin członkowskich; | Liczba artykułów na stronach internetowych                                                                   | 1 szt. | Monitoring oglądalności strony LGD, bieżące monitorowanie, ewaluacja okresowa |
|             |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                      |                                                 | Internet: informacje na stronie na portalu społecznościowym LGD/gmin członkowskich;                    | Liczba informacji na portalach społecznościowych                                                             | 1 szt. |                                                                               |

|           |                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                              |                                                            |                                                      |                                                            |         |                                                                                    |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------|------------------------------------------------------------------------------------|
|           |                                                                                                                                                                                                                                                | pozarządowe i inne podmioty nieformalne, środki masowego przekazu                            |                                                            | Lokalna media/prasa: informacje w lokalnych mediach; | Liczba informacji w lokalnych mediach                      | 1 szt.  |                                                                                    |
|           |                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                              |                                                            | Konferencja                                          | Liczba konferencji                                         | 1 szt.  |                                                                                    |
|           |                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                              |                                                            | Prezentacja wyników przeprowadzonej ewaluacji        | Liczba opublikowanych raportów ewaluacyjnych               | 1 szt.  |                                                                                    |
|           |                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                              |                                                            | Materiały drukowane/ /ulotek                         | Liczba wydanych materiałów/ /ulotek                        | 50 szt. |                                                                                    |
| 2024-2029 | 8. Budowanie przyjaznego wizerunku LGD poprzez monitorowanie jakości stosowanych metod komunikacyjnych i animacyjnych, podnoszenie jakości usług doradczych oraz prowadzenie działań w obszarze budowania i utrzymania relacji z członkami LGD | Członkowie LGD, w tym członkowie Rady, Zarządu, Komisji rewizyjnej oraz pracownicy biura LGD | Komunikacja i współpraca wewnętrzna LGD                    | Wyjazd studyjny/warsztaty                            | Liczba wyjazdów studyjnych/warsztatów                      | 1 szt.  | Lista obecności/dokumentacja zdjęciowa                                             |
|           |                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                              | Monitoring wskaźników i ewaluacja założeń i realizacji LSR | Zbieranie opinii i korekta założeń Planu Komunikacji | Liczba badań monitorujących wskaźniki i ewaluacyjnych/     | 4 szt.  | Bieżący monitoring/Badania ankietowe, publikacja raportu z monitoringu i ewaluacji |
|           |                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                              |                                                            |                                                      | Liczba publikacji/informacji wyników weryfikacji wdrażania | 1 szt.  |                                                                                    |
|           |                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                              |                                                            |                                                      |                                                            |         |                                                                                    |

Źródło: Opracowane własne LGD „RAZEM”.