



**Plan komunikacji
na lata 2016-2022
Stowarzyszenia Hrubieszowskiego
„Lepsze Jutro”
Lokalna Grupa Działania**

Hrubieszów 2015

1. Główne cele działań komunikacyjnych wynikające z przeprowadzonej analizy potrzeb/problemów komunikacyjnych.

Stowarzyszenie Hrubieszowskie „Lepsze Jutro” Lokalna Grupa Działania tworząc plan komunikacji przeprowadziło szereg konsultacji i analiz dotyczących skuteczności prowadzonej komunikacji w okresie wdrażania LSR na lata 2009-2015. Poprzez prowadzenie działań mających na celu jak najdokładniejsze zdefiniowanie celów do których osiągnięcia dążyć będzie poprzez realizację planu komunikacji. **Celem ogólnym** planu komunikacji jest: Budowanie pozytywnego wizerunku LGD oraz promowanie i informowanie o działaniach i założeniach LSR. **Celami szczegółowymi** jakie dało się wyodrębnić są: Rozpowszechnienie wiedzy na temat możliwości pozyskania środków z PROW na lata 2014-2020 Leader, Pobudzenie aktywności i włączenie społeczności w procesy wdrażania LSR, Poinformowanie grup defaworyzowanych o możliwościach aplikowania o środki pomocowe, Wspieranie w aplikowaniu o środki pomocowe, Zapewnienie dostępności i jawności stosowanych procedur naborów wniosków, Dążenie do ciągłej wymiany informacji pomiędzy LGD a społecznością lokalną, Informowanie o założeniach LSR, Promowanie działalności LGD i obszaru LSR, Promowanie korzyści płynących z pozyskania środków, Informowanie o stopniu realizacji LSR, Informowanie o efektach realizacji LSR poprzez prezentowanie operacji i osiągniętych wskaźników.

2. Grupy docelowe działań komunikacyjnych

Podczas spotkań z lokalną społecznością wyodrębniono grupy ważne dla realizacji Lokalnej Strategii Rozwoju. Są to następujące grupy docelowe działań komunikacyjnych: wnioskodawcy- w grupie tej znajdują się osoby które otrzymały wsparcie jak również potencjalni przyszli wnioskodawcy; przedsiębiorcy- osoby prowadzące działalność gospodarczą bądź deklarujące jej podjęcie; jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe; lokalni liderzy; mieszkańcy obszaru;

Na podstawie prowadzonych spotkań partycypacyjnych oraz danych dostępnych w Banku Danych Lokalnych wyodrębniono następujące grupy defaworyzowane: osoby bezrobotne obejmujące: osoby które nie ukończyły 30 r.ż., osoby z wykształceniem podstawowym lub bez wykształcenia i osoby zamieszkałe na terenie gminy wiejskiej.

3. Opis działań komunikacyjnych oraz odpowiadających im środków przekazu.

Użyte w planie komunikacji działania wybrane zostały na podstawie doświadczeń związanych z poprzednim okresem wdrażania LSR są one najbardziej efektywne w przekazywaniu informacji oraz zbieraniu informacji od adresatów działań. Działania przyjęte w planie komunikacji są działaniami mającymi na celu komunikację obustronną jako na najbardziej wartościową i skuteczną. Komunikacja ta umożliwia utrzymanie mobilizacji w całym kilkuletnim okresie wdrażania LSR ze względu na ciągłą i bezpośrednią wymianę informacji między LGD a odbiorcami działań komunikacyjnych co daje możliwość dostosowania działań do aktualnych potrzeb i oczekiwań grup odbiorców. **Sposobami dotarcia do odbiorców** działań komunikacyjnych bez względu na rodzaj grupy do której będą one kierowane będą: informacje na stronie internetowej LGD o planowanych działaniach komunikacyjnych, tablice ogłoszeń w urzędach gmin i w urzędzie miasta, ulotki informacyjno-promocyjne, biuletyn, , szkolenia, bezpośrednie spotkania, spotkania informacyjne konferencja.

Jedynie w przypadku działań skierowanych do lokalnych liderów poza działaniami wymienionymi powyżej będzie również w miarę możliwości informowanie osobiste tj. poprzez telefonowanie, wysyłanie wiadomości e-mailowych. Ponadto przyjęte sposoby informowania dostosowane będą do konkretnych grup docelowych. W przypadku osób bezrobotnych informacje dodatkowo będą zamieszczane na tablicy ogłoszeń w Powiatowym Urzędzie Pracy. Dla skuteczniejszego dotarcia do przedstawicieli organizacji pozarządowych LGD podejmie współpracę z pracownikami ds. organizacji pozarządowych Jednostek Samorządu Terytorialnego w celu rozpowszechnienia informacji o działaniach skierowanych do NGO w ramach wdrażania LSR. Jednostki sektora finansów publicznych będą informowane przez pracowników LGD o możliwości uzyskania wsparcia również drogą telefoniczną i/lub mailową. W celu dotarcia do przedsiębiorców zainteresowanych ubieganiem się o środki na rozwój działalności, informacje o planowanych spotkaniach zostaną przekazane do Urzędów Gmin (pracownicy zajmujący się sprawami związanymi z wpisami do rejestru działalności gospodarczej).

Podczas stosowania partycypacyjnych metod angażowania społeczności lokalnej w proces budowania LSR a tym samym angażowania jej w tworzenie planu komunikacji wyodrębniono działania kierowane do konkretnych grup adresatów które zdaniem społeczności lokalnej są najbardziej adekwatne i dostępne dla poszczególnych odbiorców działań komunikacyjnych.

Zastosowane w planie komunikacyjnym działania są atrakcyjne ze względu na powszechność ich stosowania. Wybrane działania nie wymagają szczególnych warunków technologicznych czy też szczególnego wysiłku w dotarciu do przekazywanych treści co czyni je atrakcyjne dla odbiorców ze względu na łatwość dostępu do nich oraz racjonalność ich stosowania. Sam fakt opracowania i perspektywa wdrażania planu komunikacyjnego jest innowacyjna na obszarze wdrażania LSR. **Wyodrębniono następujące działania komunikacyjne:** Propagowanie wiedzy o PROW, Informowanie o możliwościach wsparcia, Organizacja spotkań przez LGD, Działania dla grup defaworyzowanych, Organizacja szkoleń dla beneficjentów , Działania doradcze przy wypełnianiu wniosku w Biurze LGD, Informowanie o procedurach naboru, Badanie satysfakcji, Informowanie o LGD , Promocja działań LGD, Propagowanie dobrych praktyk w zakresie zrealizowanych projektów , Informowanie o zrealizowanych operacjach i stopniu wykorzystania środków, Dążenie do ciągłej wymiany informacji między LGD a społecznością lokalną, Działania podsumowujące. Zastosowanie poszczególnych działań komunikacyjnych ze wskazaniem ich

grup docelowych, środków przekazu, zrealizowanych celów wskazane zostały w *Tabela.3. Plan komunikacji na lata 2016-2022.*

W przypadku wystąpienia problemów z wdrażaniem planu komunikacji zakłada się zastosowania partycypacyjnych metod angażowania społeczności lokalnej, zwiększenie informowania o podejmowanych działaniach, dotarcie do osób kreujących opinię w małych społecznościach (sołtysi, przewodniczące KGW itp.) oraz nawiązaniu współpracy z nimi w celu zaangażowania społeczności lokalnej.

4. Opis zakładanych wskaźników w oparciu o planowany budżet działań komunikacyjnych

W oparciu o planowany budżet działań komunikacyjnych określone zostały wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych wpisujące się we wskaźnik LSR odnoszący się do aktywizacji i kosztów bieżących.

WSKAŹNIK PRODUKTU DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH	ZAKŁADANY PRODUKT NA LATA 2016-2022	WSKAŹNIKI REZULTATU DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH	ZAKŁADANY REZULTAT NA LATA 2016-2022
Liczba szkoleń/spotkań informacyjno-konsultacyjnych LGD z mieszkańcami	8	Liczba osób uczestniczących w szkoleniach / spotkaniach informacyjno– konsultacyjnych	260
Liczba szkolenia dla wnioskodawców	4	Liczba uczestników szkoleń dla wnioskodawców	40
Liczba zorganizowanych spotkań przez LGD	2	Liczba uczestników spotkań zorganizowanych przez LGD	20
Liczba konferencji	2	Liczba uczestników konferencji	200
Liczba działań informacyjno-promocyjnych	9	Liczba odbiorców działań informacyjno- promocyjnych	14 300
Liczba wydanych biuletynów	4	Liczba osób które otrzymały biuletyn	4 000
Liczba wydanych ulotek	4	Liczba osób które otrzymały ulotkę	1 600
Liczba utrzymanych stron internetowych	1	Liczba odwiedzin strony internetowej LGD	8700
Liczba wydarzeń promocyjnych na których promowano PROW 2014-2020 leader, działalność LGD i obszar LSR	6	Liczba osób uczestniczących w wydarzeniach promocyjnych na których promowano PROW 2014-2020 Leader, działalność LGD i obszar LSR	240
Liczba wydarzeń promocyjnych, na których propagowano wiedzę o PROW	2	Liczba osób uczestniczących w wydarzeniach promocyjnych, na których propagowano wiedzę o PROW	80
Liczba wydarzeń promocyjnych na których informowano o zrealizowanych operacjach i stopniu wykorzystania środków	2	Liczba osób uczestniczących w wydarzeniach promocyjnych na których informowano o zrealizowanych projektach i stopniu wykorzystania środków	80
Liczba wydarzeń promocyjnych na których promowano działalność LGD i obszar LSR	2	Liczba osób uczestniczących w wydarzeniach promocyjnych na których promowano działalność LGD i obszar LSR	80
Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa	48	Liczba osób, które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD	48
Liczba zamieszczonych ogłoszeń na tablicach urzędu gmin	28	Liczba osób z grupy defaworyzowanych korzystających z doradztwa w biurze LGD	20
Liczba zamieszczonych ogłoszeń na stronie urzędu pracy	4		
Liczba ogłoszeń na tablicy urzędy pracy	4		
Liczba uzyskanych ankiet monitorujących realizację działań komunikacyjnych	690	Liczba osób zadowolonych z prowadzonych działań komunikacyjnych	600

Tabela.1 Wskaźniki produktu i rezultatu planu komunikacji.

5. Planowane efekty działań komunikacyjnych

Analiza efektywności odbywać będzie się na podstawie analizy osiągnięcia efektów działań komunikacyjnych pod kontem oceny działań przyczyniających się do osiągnięcia celu na który bezpośredni wpływ ma jakość pracy pracowników biura LGD, realizacja zaplanowanych działań jak też na podstawie jakości i wartości wyprodukowanej informacji i sposobu jej udostępniania. W oparciu o wyznaczone cele działań komunikacyjnych wyszczególniono następujące efekty działań komunikacyjnych: Uzyskanie wiedzy na temat możliwości

pozyskiwania środków z PROW 2014- 2020 Leader przez społeczności lokalną, Zwiększenie aktywności społecznej i jej zaangażowania w procesy wdrażania LSR, Wzrost poziomu wiedzy przedstawicieli grup defaworyzowanych na temat aplikowania o środki pomocowe, Uzyskanie pomocy w zakresie aplikowania o środki pomocowe PROW przez potencjalnych wnioskodawców, Uzyskanie stałego dostępu do stosowanych procedur naboru wniosków, Utrzymanie stałego kontaktu ze społecznością lokalną i uzyskanie informacji o jej oczekiwaniach oraz opinii o działaniach LGD, Uzyskanie wiedzy dotyczącej założeń LSR, Wzrost poziomu aktywności wśród przedstawicieli grup defaworyzowanych w aplikowaniu o środki pomocowe, Zwiększenie wiedzy o LGD i promocja obszaru, Uzyskanie wiedzy dotyczącej korzyści płynących z pozyskania środków przez mieszkańców obszaru, Uzyskanie wiedzy na temat stopnia wykorzystania środków oraz zrealizowanych operacji a przez to osiągniętych wskaźników przez społeczność lokalną, Uzyskanie wiedzy na temat działalności LGD i obszaru LSR , Uzyskanie wiedzy na temat efektów wykorzystania środków oraz zrealizowanych operacji a przez to osiągniętych wskaźników

6. Analiza efektywności zastosowanych działań

Analiza efektywności zastosowanych środków przekazu i działań komunikacyjnych odbywać się będzie pod kątem planowanych do osiągnięcia działań komunikacyjnych a także racjonalności wykorzystania budżetu. Analiza efektywności prowadzona będzie ciągle w ramach realizowania działań komunikacyjnych. Zakłada się bieżące monitorowanie zasadności i skuteczności stosowanych metod poprzez: prowadzenie list obecności na spotkaniach, konferencjach; prowadzenie rejestru osób korzystających bezpośrednio z doradztwa w biurze LGD; badanie jakości stosowanych działań na podstawie ankiet monitorujących badających poziom satysfakcji z prowadzonych działań; poziom wykorzystania środków przewidzianych na działania komunikacyjne oraz poziom wykorzystania środków przewidziany w LSR; efektywność poprzez zastosowanie metody porównania wskaźnika procentowego określającego udział wnioskodawców korzystających z doradztwa, których operacje uzyskały minimalną liczbę punktów której uzyskanie jest warunkiem wyboru operacji w stosunku do wszystkich wnioskodawców korzystających z doradztwa w ramach danego naboru z wskaźnikiem procentowym wnioskodawców nie korzystających z doradztwa, których operacje uzyskały minimalną liczbę punktów, której uzyskanie jest warunkiem wyboru operacji w stosunku do wszystkich wnioskodawców, którzy nie skorzystali z doradztwa w ramach danego naboru.

7. Opis wniosków i opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych. Sposób ich wykorzystania w procesie realizacji LSR.

Lokalna Grupa Działania na podstawie prowadzonej analizy efektywności działań komunikacyjnych opracowuje raport wniosków i opinii dotyczących jakości działań komunikacyjnych. Zakłada się opracowanie raportów rocznych które stanowiąc będą część raportu ewaluacyjnego i będą one opracowane w I kwartale roku następującego po roku badanym. Informacje o realizacji planu komunikacyjnego podane zostaną do publicznej wiadomości razem z raportem ewaluacyjnym. Pozyskane informacje stanowiąc będą podstawę do ewentualnej aktualizacji LSR, procedur jak również regulaminach poszczególnych organach LGD i pracy biura.

Lokalna Grupa Działania w sytuacji niesatysfakcjonującej lub w sytuacji w której już pojawiły się istotne problemy z wdrażaniem LSR zakłada przeprowadzenie działań mających na celu: identyfikację źródła problemu, analizę przyczyny jego występowania, zastosowanie partycypacyjnych metod z udziałem społeczności lokalnej, opracowanie rozwiązań problemu i ich zastosowanie,

8. Całkowity budżet przewidziany na działania komunikacyjne w okresie realizacji LSR.

Planowany budżet działań komunikacyjnych ściśle wiąże się z zakładanymi celami planu komunikacji. Całkowity koszt działań komunikacyjnych w okresie realizacji LSR wynosi **26 700zł.**

Tabela.2. Budżet planu komunikacji

DZIAŁANIE NA LATA 2016-2022 (ZŁ)	KOSZT
Liczba szkoleń/spotkań informacyjno- konsultacyjnych LGD z mieszkańcami: spotkania informacyjne, konferencje, szkolenia	7 800
Liczba działań informacyjno- promocyjnych: biuletyn, strona internetowa, ulotka	11 900
Liczba wydarzeń promocyjnych na których promowano działalność LGD i obszar LSR	7 000
SUMA	26 700

Tabela.3. Plan komunikacji na lata 2016-2022.

TERM IN ROK	CEL KOMUNIKACJI	NAZWA DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNEGO	ADRESACI	ŚRODKI PRZEKAZU	WSKAŹNIK PRODUKTU	WSKAŹNIKI REZULTATU	PLANOWANY EFEKT DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH
2016	Rozpowszechnienie wiedzy na temat możliwości pozyskania środków z PROW na lata 2014-2020 Leader,	Propagowanie wiedzy o PROW	Mieszkańcy obszaru	Ulotka informacyjno - promocyjna	Liczba wydanych ulotek informacyjno-promocyjnych	Liczba osób które otrzymały ulotkę informacyjno-promocyjną	Uzyskanie wiedzy na temat możliwości pozyskiwania środków z PROW 2014- 2020 Leader przez społeczność lokalną
				Wydarzenie promocyjne	Liczba wydarzeń promocyjnych, na których propagowano wiedzę o PROW	Liczba osób uczestniczących w wydarzeniach promocyjnych, na których propagowano wiedzę o PROW	
		Informowanie o możliwościach wsparcia	Mieszkańcy obszaru	Strona www LGD	Liczba utrzymanych stron internetowych	Liczba odwiedzin strony internetowej LGD	
2016	Pobudzenie aktywności i włączenie społeczności w procesy wdrażania LSR	Organizacja spotkań przez LGD	Mieszkańcy obszaru,	Spotkanie informacyjno-konsultacyjnych	Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych	Liczba uczestników spotkań zorganizowanych przez LGD	Zwiększenie aktywności społecznej i jej zaangażowania w procesy wdrażania LSR
2016	Poinformowanie grup defaworyzowanych o możliwościach aplikowania o środki pomocowe	Działania informacyjne dla grup defaworyzowanych	Osoby bezrobotne obejmujące: osoby które nie ukończyły 30 r.ż., osoby z wykształceniem podstawowym lub bez wykształcenia, osoby zamieszkałe na terenie gminy wiejskiej	Ogłoszenie zamieszczone na tablicach ogłoszeń urzędów gmin i Urzędu Pracy	Liczba zamieszczonych ogłoszeń na tablicach Urzędów Gmin i Urzędu Pracy	Liczba osób z grupy defaworyzowanych korzystających z doradztwa w biurze LGD	Wzrost poziomu wiedzy przedstawicieli grup defaworyzowanych na temat aplikowania o środki pomocowe
				Strona www Urzędu Pracy	Liczba zamieszczonych ogłoszeń na stronie www Urzędu Pracy		

2016	Wspieranie w aplikowaniu o środki pomocowe	Organizacja szkoleń dla beneficjentów	przedsiębiorcy, jednostki samorządu terytorialnego, Organizacje pozarządowe osoby bezrobotne obejmujące: osoby które nie ukończyły 30 r.ż., osoby z wykształceniem podstawowym lub bez wykształcenia, osoby zamieszkałe na terenie gminy wiejskiej.	Szkolenie	Liczba szkoleń dla wnioskodawców	Liczba uczestników szkoleń dla wnioskodawców	Uzyskanie pomocy w zakresie aplikowania o środki pomocowe PROW przez potencjalnych wnioskodawców
		Działania doradcze przy wypełnianiu wniosku w Biurze LGD		Bezpośrednie spotkanie	Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa	Liczba osób, które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD	
2016	Zapewnienie dostępności i jawności stosowanych procedur naborów wniosków	Informowanie o kryteriach oceny i wyboru operacji	wszystkie grupy działań komunikacyjnych	Strona www LGD	Liczba utrzymanych stron internetowych	Liczba odwiedzin strony internetowej	Uzyskanie stałego dostępu do stosowanych procedur naboru wniosków
2016	Dążenie do ciągłej wymiany informacji pomiędzy LGD a społecznością lokalną	Badanie satysfakcji	wszystkie grupy działań komunikacyjnych	Ankieta monitorująca działania komunikacyjne	Liczba uzyskanych ankiet monitorujących realizację działań komunikacyjnych	Liczba osób zadowolonych z prowadzonych działań	Utrzymanie stałego kontaktu ze społecznością lokalną i uzyskanie informacji o jej oczekiwaniach oraz opinii o działaniach LGD
2017	Informowanie o LSR	Propagowanie wiedzy o PROW	przedsiębiorcy, jednostki samorządu terytorialnego, mieszkańcy obszaru, organizacje pozarządowe, lokalni liderzy, grupy defaworyzowane: osoby bezrobotne obejmujące: osoby	Ulotka informacyjno - promocyjna	Liczba wydanych ulotek informacyjno-promocyjnych	Liczba osób które otrzymały ulotkę informacyjno-promocyjną	Uzyskanie wiedzy dotyczącej założeń LSR
				Biuletyn	Liczba wydanych biuletynów	Liczba osób które otrzymały biuletyn	

		Informowanie o możliwościach wsparcia	które nie ukończyły 30 r.ż., osoby z wykształceniem podstawowym lub bez wykształcenia, osoby zamieszkałe na terenie gminy wiejskiej	Strona www LGD	Liczba utrzymanych stron internetowych	Liczba odwiedzin strony internetowej LGD	
2017	Wspieranie w aplikowaniu o środki pomocowe	Organizacja szkoleń dla beneficjentów	przedsiębiorcy, jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe, osoby bezrobotne obejmujące: osoby które nie ukończyły 30 r.ż., osoby z wykształceniem podstawowym lub bez wykształcenia, osoby zamieszkałe na terenie gminy wiejskiej.	Szkolenie	Liczba szkoleń dla wnioskodawców	Liczba uczestników szkoleń dla wnioskodawców	Uzyskanie pomocy w zakresie aplikowania o środki pomocowe PROW przez potencjalnych wnioskodawców
		Działania doradcze przy wypełnianiu wniosku w Biurze LGD		Bezpośrednie spotkania	Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa	Liczba osób, które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD	
2017	Poinformowanie grup defaworyzowanych o możliwościach aplikowania o środki pomocowe	Działania informacyjne dla grup defaworyzowanych	osoby bezrobotne obejmujące: osoby które nie ukończyły 30 r.ż., osoby z wykształceniem podstawowym lub bez wykształcenia, osoby zamieszkałe na terenie gminy wiejskiej	Ogłoszenie zamieszczone na tablicach ogłoszeń Urzędów Gmin i Urzędu Pracy	Liczba zamieszczonych ogłoszeń na tablicach Urzędów Gmin i Urzędu Pracy	Liczba osób z grupy defaworyzowanych korzystających z doradztwa w biurze LGD	Wzrost poziomu aktywności wśród przedstawicieli grup defaworyzowanych w aplikowaniu o środki pomocowe
				Strona www Urzędu Pracy	Liczba zamieszczonych ogłoszeń na stronie www Urzędu Pracy		
2018	Promowanie działalności LGD i obszaru LSR	Kampania informacyjno – promocyjna działalności	Mieszkańcy obszaru	Strona www LGD	Liczba utrzymanych stron internetowych	Liczba odwiedzin strony internetowej	Zwiększenie wiedzy o LGD i promocja obszaru
				Biuletyn	Liczba wydanych biuletynów	Liczba osób które otrzymały biuletyn	

				Wydarzenie promocyjne	Liczba wydarzeń promocyjnych na których promowano działalność LGD i obszar LSR	Liczba osób uczestniczących w wydarzeniach promocyjnych na których promowano działalność LGD i obszar LSR	
2018	Promowanie korzyści płynących z pozyskania środków	Prezentacja dobrych praktyk w zakresie zrealizowanych projektów	Mieszkańcy obszaru	Strona www LGD	Liczba utrzymanych stron internetowych	Liczba odwiedzin strony internetowej LGD	Uzyskanie wiedzy dotyczącej korzyści płynących z pozyskania środków przez mieszkańców obszaru
2018	Dążenie do ciągłej wymiany informacji pomiędzy LGD a społecznością lokalną	Badanie satysfakcji	Wszystkie grupy działań komunikacyjnych	Ankieta monitorująca działania komunikacyjne	Liczba uzyskanych ankiet monitorujących realizację działań komunikacyjnych	Liczba osób zadowolonych z prowadzonych działań	Utrzymanie stałego kontaktu ze społecznością lokalną i uzyskanie informacji o jej oczekiwaniach oraz opinii o działaniach LGD
2019	Informowanie o stopniu realizacji LSR	Kampania informacyjna	wszyscy odbiorcy działań komunikacyjnych	Ulotka informacyjno-promocyjna	Liczba wydanych ulotek informacyjno-promocyjnych	Liczba osób które otrzymały ulotkę informacyjno-promocyjną	Uzyskanie wiedzy na temat stopnia wykorzystania środków oraz zrealizowanych operacji a przez to osiągniętych wskaźników przez
				Konferencja	Liczba konferencji	Liczba uczestników konferencji	

				Wydarzenie promocyjne	Liczba wydarzeń promocyjnych na których informowano o zrealizowanych operacjach i stopniu wykorzystania środków	Liczba osób uczestniczących w wydarzeniach promocyjnych na których informowano o zrealizowanych projektach i stopniu wykorzystania środków	społeczność lokalną
2019	Wspieranie w aplikowaniu o środki pomocowe	Organizacja szkoleń dla beneficjentów	przedsiębiorcy, jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe, osoby bezrobotne obejmujące: osoby które nie ukończyły 30 r.ż., osoby z wykształceniem podstawowym lub bez wykształcenia, osoby zamieszkałe na terenie gminy wiejskiej.	Szkolenie	Liczba szkoleń dla wnioskodawców	Liczba uczestników szkoleń dla wnioskodawców	Uzyskanie pomocy w zakresie aplikowania o środki pomocowe PROW przez potencjalnych wnioskodawców
		Działania doradcze przy wypełnianiu wniosku w Biurze LGD		Bezpośrednie spotkania	Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa	Liczba osób/ podmiotów korzystających z doradztwa w biurze LGD	
2019	Dążenie do ciągłej wymiany informacji między LGD a społecznością lokalną	Badanie satysfakcji	wszystkie grupy działań komunikacyjnych	Ankieta monitorująca działania komunikacyjne	Liczba uzyskanych ankiet monitorujących realizację działań komunikacyjnych	Liczba osób zadowolonych z prowadzonych działań	Utrzymanie stałego kontaktu ze społecznością lokalną i uzyskanie informacji o jej oczekiwaniach oraz opinii o działaniach LGD

2019	Rozpowszechnienie wiedzy na temat możliwości pozyskania środków z PROW na lata 2014-2020 LEADER	Propagowanie wiedzy o PROW	Mieszkańcy obszaru	Wydarzenie promocyjne	Liczba wydarzeń promocyjnych na których informowano o możliwości pozyskania środków z PROW	Liczba osób uczestniczących w wydarzeniach promocyjnych na których informowano o możliwości pozyskania środków z PROW	Uzyskanie wiedzy na temat możliwości pozyskiwania środków z PROW 2014- 2020 Leader przez społeczność lokalną
2019	Zapewnienie dostępności i jawności stosowanych procedur naborów wniosków	Informowanie o kryteriach oceny i wyboru operacji	wszystkie grupy działań komunikacyjnych	Strona www LGD	Liczba utrzymanych stron internetowych	Liczba odwiedzin strony internetowej	Uzyskanie stałego dostępu do stosowanych procedur naboru wniosków
2020	Wspieranie w aplikowaniu o środki pomocowe	Działania doradcze przy wypełnianiu wniosku w Biurze LGD	przedsiębiorcy, mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane: osoby bezrobotne obejmujące: osoby które nie ukończyły 30 r.ż., osoby z wykształceniem podstawowym lub bez wykształcenia, osoby zamieszkałe na terenie gminy wiejskiej	Bezpośrednie spotkania	Liczba godzin świadczonego doradztwa w Biurze LGD	Liczba osób, które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD	Uzyskanie pomocy w zakresie aplikowania o środki pomocowe PROW przez potencjalnych wnioskodawców
2020	Pobudzenie aktywności i włączenie społeczności w procesy wdrażania LSR	Organizacja spotkań przez LGD	Mieszkańcy obszaru,	Spotkanie informacyjno-konsultacyjnych	Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych	Liczba uczestników spotkań zorganizowanych przez LGD	Zwiększenie aktywności społecznej i jej zaangażowania w procesy wdrażania LSR

2020	Poinformowanie grup defaworyzowanych o możliwościach aplikowania o środki pomocowe	Działania informacyjne dla grup defaworyzowanych	grupy defaworyzowane: osoby bezrobotne obejmujące: osoby które nie ukończyły 30 r.ż., osoby z wykształceniem podstawowym lub bez wykształcenia, osoby zamieszkałe na terenie gminy wiejskiej	Ogłoszenie zamieszczane na tablicach ogłoszeń Urzędów Gmin i Urzędu Pracy	Liczba zamieszczonych ogłoszeń na tablicach Urzędów Gmin i Urzędu Pracy	Liczba osób z grupy defaworyzowanych korzystających z doradztwa w biurze LGD	Wzrost poziomu aktywności wśród przedstawicieli grup defaworyzowanych w aplikowaniu o środki pomocowe
				Strona www Urzędu Pracy	Liczba zamieszczonych ogłoszeń na stronie www Urzędu Pracy		
2020	Dążenie do ciągłej wymiany informacji między LGD a społecznością lokalną	Badanie satysfakcji	wszystkie grupy działań komunikacyjnych	Ankieta monitorująca działania komunikacyjne	Liczba uzyskanych ankiet monitorujących realizację działań komunikacyjnych	Liczba osób zadowolonych z prowadzonych działań	Utrzymanie stałego kontaktu ze społecznością lokalną i uzyskanie informacji o jej oczekiwaniach oraz opinii o działaniach LGD
2021	Promowanie działalności LGD i obszaru LSR	Kampania informacyjno-promocyjna	wnioskodawcy, przedsiębiorcy, jednostki samorządu terytorialnego, lokalni liderzy, organizacje pozarządowe mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane	Ulotka informacyjno-promocyjna	Liczba wydanych ulotek informacyjno-promocyjnych	Liczba osób które otrzymały ulotkę informacyjno-promocyjną	Uzyskanie wiedzy na temat działalności LGD i obszaru LSR
				Biuletyn	Liczba wydanych biuletynów	Liczba osób które otrzymały biuletyn	
				Wydarzenie promocyjne	Liczba wydarzeń promocyjnych na których promowano działalność LGD i obszar LSR	Liczba osób uczestniczących w wydarzeniach promocyjnych na których promowano działalność LGD i obszar LSR	
2021	Dążenie do ciągłej wymiany informacji między LGD a społecznością	Badanie satysfakcji	wszystkie grupy działań komunikacyjnych	Ankieta monitorująca działania komunikacyjne	Liczba uzyskanych ankiet monitorujących realizację działań komunikacyjnych	Liczba osób zadowolonych z prowadzonych działań	Utrzymanie stałego kontaktu ze społecznością lokalną i uzyskanie informacji o jej

	lokalną						oczekiwaniach oraz opinii o działaniach LGD
2022	Wspieranie w aplikowaniu o środki pomocowe	Organizacja szkoleń dla beneficjentów	przedsiębiorcy, jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe, osoby bezrobotne obejmujące: osoby które nie ukończyły 30 r.ż., osoby z wykształceniem podstawowym lub bez wykształcenia, osoby zamieszkałe na terenie gminy wiejskiej.	Szkolenie	Liczba szkoleń dla wnioskodawców	Liczba uczestników szkoleń dla wnioskodawców	Uzyskanie pomocy w zakresie aplikowania o środki pomocowe PROW przez potencjalnych wnioskodawców
		Działania doradcze przy wypełnianiu wniosku w Biurze LGD		Bezpośrednie spotkania	Liczba godzin świadczonego doradztwa w biurze LGD	Liczba osób/ podmiotów korzystających z doradztwa w biurze LGD	
2022	Informowanie o efektach realizacji LSR poprzez prezentowanie operacji i osiągniętych wskaźników	Działania podsumowujące	Wszystkie grupy działań komunikacyjnych	Strona www LGD	Liczba utrzymanych stron internetowych	Liczba odwiedzin strony internetowej LGD	Uzyskanie wiedzy na temat efektów wykorzystania środków oraz zrealizowanych operacji a przez to osiągniętych wskaźników
				Konferencja	Liczba konferencji	Liczba uczestników konferencji	
				Biuletyn	Liczba wydanych biuletynów	Liczba osób które otrzymały biuletyn	
				Wydarzenie promocyjne	Liczba wydarzeń promocyjnych na których promowano działalność LGD i obszar LSR	Liczba osób uczestniczących w wydarzeniach promocyjnych na których promowano działalność LGD i obszar LSR	