

Załącznik nr 5 do LSR:

Plan komunikacji z lokalną społecznością na lata 2016 – 2020 w ramach wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju LGD „Zielony Pierścień”

1.Cele działań komunikacyjnych

Cele i działania wskazane w „Planie komunikacji z lokalną społecznością” zostały określone w oparciu o przeprowadzone badania ankietowe społeczności lokalnej oraz wnioski ze spotkań i warsztatów organizowanych przez LGD z udziałem przedstawicieli sektora społecznego, publicznego i gospodarczego z obszaru wsparcia LSR.

Za najważniejsze zidentyfikowane problemy w obszarze komunikacji w ramach dotychczasowych działań i doświadczeń LGD uznano: (1) brak możliwości dotarcia w krótkim okresie czasu ze skutecznym przekazem do grup docelowych o działaniach LGD i zaplanowanym wsparciu w ramach LSR; (2) brak skutecznej komunikacji powoduje małe zainteresowanie działaniami LGD i wsparciem finansowym; (3) zbyt mała świadomość i wiedza mieszkańców o inicjatywie LEADER i instytucjonalnym wsparciu oferowanym przez LGD; (4) zbyt mała wiedza społeczności lokalnych o dotychczas podejmowanych inicjatywach lokalnych na obszarze LSR i możliwości współpracy w ramach sieci.

Głównym celem planu komunikacji jest włączenie w jak największym stopniu **mieszkańców** i potencjalnych **beneficjentów do wdrażania LSR** na rzecz rozwoju lokalnego. Będzie on osiągnięty poprzez realizację sześciu celów szczegółowych, które wymieniono poniżej w Tabeli 1.

Tabela 1. Cele planu komunikacji:

| Cel ogólny: Włączenie mieszkańców i potencjalnych beneficjentów do wdrażania LSR | | | | | |
|---|---|---|---|---|--|
| Cel szczegółowy 1: | Cel szczegółowy 2: | Cel szczegółowy 3: | Cel szczegółowy 4: | Cel szczegółowy 5: | Cel szczegółowy 6: |
| Podniesienie świadomości i wiedzy mieszkańców i potencjalnych beneficjentów na temat inicjatywy LEADER w ramach PROW 2014-2020 i wsparcia z LSR | Zwiększenie wiedzy mieszkańców i potencjalnych beneficjentów o instytucjonalnym wsparciu oferowanym przez LGD | Wspieranie przez LGD beneficjentów na etapie przygotowania, realizacji i rozliczania operacji finansowanych z LSR | Aktywizacja mieszkańców w kierunku podejmowania indywidualnych i partnerskich inicjatyw lokalnych | Zaangażowanie grup defaworyzowanych w inicjatywy społeczno-gospodarcze na obszarze wsparcia | Dostosowanie wdrażanych działań komunikacyjnych i środków przekazu oraz funkcjonowania LGD i realizacji LSR do potrzeb i oczekiwań beneficjentów LSR |

2.Rodzaje działań i środków komunikacji

W wyniku przeprowadzonych badań ankietowych, mieszkańcy z obszaru wsparcia LSR wskazywali, że dla nich najlepszym sposobem pozyskiwania informacji o działaniach LGD i wsparciu z LSR jest oficjalna strona internetowa LGD (49,60% respondentów), bezpośrednie spotkania przedstawiciela LGD z mieszkańcami (43,1%) oraz informacje wysyłane przez Biuro LGD pocztą elektroniczną (e-mail) i lokalne media (31,4%).

Kierując się wynikami z badań i wnioskami ze spotkań i konsultacji wskazano w „Planie komunikacji” różnorodne działania i środki komunikacji.

Działania te przypisano poszczególnym celom szczegółowy „Planu komunikacji” i wyszczególniono w Tabeli 3 poniżej. Wskazano w sumie 14 działań i oznaczono je numeracją od 1.1 do 6.2.

Odpowiednio każdemu działaniu przypisano poszczególne środki przekazu i wyszczególniono je także w Tabeli 3.

3. Grupy docelowe

Grupy docelowe poszczególnych działań komunikacyjnych zostały wymienione w Tabeli 3 poniżej.

4. Zakładane wskaźniki i efekty działań komunikacyjnych

W Tabeli 3 poniżej przypisano poszczególnym działaniom komunikacyjnym wskaźniki i sposób ich pomiaru. Podano także wskaźniki rezultatów odnoszących się do zaplanowanych celów szczegółowych. Zaplanowanym wskaźnikiem oddziaływania, który dotyczy celu ogólnego, jest liczba wniosków złożonych przez beneficjentów w konkursach w ramach wdrażania LSR w latach 2016-2023.

5. Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu

Zastosowane w planie komunikacji działania oraz wykorzystane środki przekazu podlegać będą cyklicznym badaniom pod kątem osiąganych rezultatów oraz – związanej z nimi – racjonalności budżetowej. Dodatkowo większość zaplanowanych narzędzi komunikacji zakłada otrzymywanie informacji zwrotnej lub aktywny udział mieszkańców. Regularnie prowadzona ocena i monitoring przedstawiane będą zgodnie z procedurą monitoringu i ewaluacji w formie raportów przygotowywanych przez Biuro LGD. W przypadku stwierdzenia, że któreś z działań komunikacyjnych nie przynosi pożądanego efektu, przewiduje się zastosowanie planu naprawczego. Polegać on będzie na modyfikacji dotychczasowych praktyk komunikacyjnych lub zastąpieniu ich nowymi, które w ocenie LGD będą bardziej odpowiednie dla osiągnięcia wyznaczonych celów. Przed wprowadzeniem każdej modyfikacji w ramach planu naprawczego przewiduje się zarówno poinformowanie odbiorców planu komunikacyjnego (za pomocą poczty elektronicznej, stron internetowych oraz portali społecznościowych), jak i konsultowanie propozycji z mieszkańcami, beneficjentami oraz grupami docelowymi – za pomocą ankiet oraz podczas otwartych spotkań konsultacyjnych.

6. Sposób wykorzystania w procesie realizacji LSR zebranych opinii/informacji podczas działań komunikacyjnych

Plan komunikacji przewiduje działania dotyczące zbierania informacji w postaci badań trafności doboru środków komunikacji, zainteresowania mieszkańców uczestnictwem w działaniach LGD oraz satysfakcji wnioskodawców w zakresie pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania, realizacji i rozliczenia wniosków. W przypadku stwierdzenia niezadowolenia z metod wdrażania LSR oraz/lub działań podejmowanych przez LGD konieczne będzie wdrożenie środków zaradczych. Przewiduje się wśród nich przede wszystkim: organizację spotkań przedstawicieli LGD z mieszkańcami i beneficjentami oraz przeprowadzenie badań ankietowych, a także przyjmowanie uwag bezpośrednio w Biurze LGD. Po zebraniu opinii i wysłuchaniu uwag LGD będzie zobowiązana do odniesienia się do otrzymanych informacji zwrotnych, przygotowanie propozycji zmian zawartych w aktualizacji LSR oraz ponowne skonsultowanie ich (tymi samymi metodami) ze społecznością lokalną.

7. Budżet na działania komunikacyjne

Większość działań przewidzianych w „Planie komunikacji” zrealizowana będzie w ramach obowiązków etatowych pracowników Biura LGD i nie będzie wymagać dodatkowych środków finansowych (jak np. przygotowanie artykułów i zamieszczenie ich na stronie internetowej i portalu społecznościowym, przygotowanie biuletynów informacyjnych, opracowanie materiałów informacyjnych, materiały szkoleniowe, itp.) .

Budżet na działania komunikacyjne będzie obejmować wydatki związane z organizacją konferencji i spotkań (głównie wynajem sal i catering) oraz wykonanie materiałów informacyjnych i promocyjnych (ulotki, banery, roll-upy). Poniżej planowany budżet:

Tabela. 2 Budżet planowany na działania komunikacyjne

| Lp. | Wyszczególnienie | Kwota (w zł) |
|-----|-------------------------------------|------------------|
| 1. | Organizacja konferencji i spotkań | 14.000,00 |
| 2. | Materiały informacyjne i promocyjne | 6.000,00 |
| 3. | RAZEM | 20.000,00 |

Tabela 3. Cele, działania i wskaźniki dotyczące planu komunikacji

| CEL OGÓLNY | | Włączenie mieszkańców i potencjalnych beneficjentów do wdrażania LSR | | | | |
|-------------------------|---|--|------------------------|-----------------------------------|---------------|-------------------------------------|
| CEL SZCZEGÓŁOWY 1 | | Podniesienie świadomości i wiedzy mieszkańców i potencjalnych beneficjentów na temat inicjatywy LEADER w ramach PROW 2014-2020 i wsparcia z LSR | | | | |
| CEL SZCZEGÓŁOWY 2 | | Zwiększenie wiedzy mieszkańców i potencjalnych beneficjentów o instytucjonalnym wsparciu oferowanym przez LGD | | | | |
| CEL SZCZEGÓŁOWY 3 | | Wspieranie przez LGD beneficjentów na etapie przygotowania, realizacji i rozliczania operacji finansowanych z LSR | | | | |
| CEL SZCZEGÓŁOWY 4 | | Aktywizacja mieszkańców w kierunku podejmowania indywidualnych i partnerskich inicjatyw lokalnych | | | | |
| CEL SZCZEGÓŁOWY 5 | | Zaangażowanie grup defaworyzowanych w inicjatywy społeczno-gospodarcze na obszarze wsparcia | | | | |
| CEL SZCZEGÓŁOWY 6 | | Dostosowanie wdrażanych działań komunikacyjnych i środków przekazu oraz funkcjonowania LGD i realizacji LSR do potrzeb i oczekiwań beneficjentów LSR | | | | |
| | | <i>Wskaźniki oddziaływania dla celu ogólnego</i> | <i>Jednostka miary</i> | stan początkowy 2015 Rok | plan 2023 rok | <i>Źródło danych/sposób pomiaru</i> |
| W.0 | Liczba wniosków złożonych przez potencjalnych beneficjentów w konkursach w ramach wdrażania LSR 2016-2023 | | szt. | 0 | 200 | Rejestr LGD |
| | | <i>Wskaźniki rezultatu dla celów szczegółowych</i> | <i>Jednostka miary</i> | stan początkowy 2015 rok | plan 2020 rok | <i>Źródło danych/sposób pomiaru</i> |
| | Liczba osób uczestniczących w konferencji, spotkaniach i szkoleniach | | osoby | 0 | 1000 | Lista obecności ze spotkań |
| | Liczba odwiedzin strony internetowej LGD | | wejścia | 0 | 10000 | Wydruki ze stromy internetowej LGD |
| | Liczba osób, które otrzymały podczas spotkań materiały informacyjne i promocyjne dotyczące LSR | | osoby | 0 | 1000 | Lista obecności ze spotkań |
| | Liczba podmiotów objętych indywidualnym doradztwem | | podmioty | 0 | 300 | Karta doradztwa, sprawozdanie LGD |
| | Liczba osób objętych badaniami w/s planu komunikacji | | osoby | 0 | 500 | Sprawozdania i dane LGD |
| Działania komunikacyjne | | Adresaci działania | Środki przekazu | Wskaźniki działań komunikacyjnych | | |

| | | komunikacyjnego (grupy docelowe) | | nazwa | Jednostka miary | wartość | | Źródło danych/sposób pomiaru |
|-----|--|--|---|---|----------------------------------|--------------------------------------|---------------------|---|
| | | | | | | początkow a 2015 rok | końcowa 2020 Rok | |
| 1.1 | Kampania informacyjna n/t inicjatywy LEADER w ramach PROW 2014-2020 oraz założeń LSR na lata 2016-2023 | Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, instytucje publiczne, mieszkańcy i grupy defaworyzowane z obszaru wsparcia | Konferencje dotyczące wdrażania LSR | Liczba konferencji | szt. | 0 | 3 | Sprawozdanie, zdjęcia i dane LGD |
| | | | Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych i społecznych (urzędy, GOK, parafie) | Liczba pism z ogłoszeniami, które wysłano do instytucji publicznych i społecznych | szt. | 0 | 35 | Sprawozdania i dane LGD |
| | | | Artykuły na stronach internetowych i portalu społecznościowym | Liczba napisanych artykułów i zamieszczonych na stronach internetowych i portalu społecznościowym | szt. | 0 | 15 | Archiwum LGD |
| | | | Biuletyn elektroniczny LGD | Liczba edycji biuletynów n/t założeń LSR na lata 2016-2023 | szt. | 0 | 3 | Archiwum LGD |
| | | | Spotkania z mieszkańcami w gminach i przedstawicielami sektorów: społecznego, gospodarczego i publicznego | Liczba spotkań | szt. | 0 | 14 | Sprawozdania LGD, listy obecności i zdjęcia |
| | | | Ulotka informacyjna n/t założeń i efektów wdrażania LSR na lata 2016-2023 wręczana na spotkaniach | Liczba edycji ulotek | szt. | 0 | 3 | Kopia ulotki |
| | | | 1.2 | Informowanie o bieżących inicjatywach | Wszyscy potencjalni wnioskodawcy | Artykuły na stronie internetowej LGD | Liczba artykułów | szt. |

| | | | | | | | | |
|------|---|--|---|--------------------------------|------|---|-----|--|
| | LGD w latach 2016-2020 | dawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, instytucje publiczne, mieszkańcy i grupy defaworyzowane z obszaru wsparcia | „Zielony Pierścień” | | | | | |
| | | | Biuletyn elektroniczny LGD | Liczba edycji | szt. | 0 | 20 | Pliki elektroniczne w wersji PDF |
| | | | Posty na portalu społecznościowym | Liczba postów | szt. | 0 | 200 | Wydruki z portalu |
| 2.1 | Informowanie n/t form pomocy (m.in. indywidualne doradztwo, szkolenia, warsztaty, spotkania aktywizujące, wsparcie finansowe, wsparcie organizacyjne i promocyjne) oferowanych przez LGD potencjalnym wnioskodawcom | Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, instytucje publiczne, mieszkańcy i grupy defaworyzowane z obszaru wsparcia | Artykuły na stronie internetowej LGD „Zielony Pierścień” | Liczba artykułów | szt. | 0 | 20 | Wydruki ze strony internetowej |
| | | | Ulotka informacyjna | Liczba edycji | szt. | 0 | 1 | Kopia ulotki |
| | | | Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, GOK) | Liczba zamieszczonych ogłoszeń | szt. | 0 | 22 | Potwierdzenie zamieszczenia ogłoszenia od instytucji publicznych |
| | | | Artykuły na stronach internetowych urzędów gmin należących do LGD | Liczba artykułów | szt. | 0 | 20 | Wydruki ze stron internetowych |
| 3.1. | Informowanie o terminach naborów wniosków i szkoleniach dotyczących przygotowania wniosków | Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, instytucje publiczne, mieszkańcy i grupy defaworyzowane z obszaru wsparcia | Artykuły na stronie internetowej LGD „Zielony Pierścień” | Liczba artykułów | szt. | 0 | 20 | Wydruki ze strony internetowej |
| | | | Artykuły na stronach internetowych urzędów gmin należących do LGD | Liczba artykułów | szt. | 0 | 20 | Wydruki ze stron internetowych |
| | | | Posty na portalu społecznościowym | Liczba postów | szt. | 0 | 20 | Wydruki z portalu społecznościowego |
| | | | ogłoszenia w siedzibach instytucji | Liczba zamieszczonych ogłoszeń | szt. | 0 | 22 | Potwierdzenie zamieszczenia ogłoszenia od instytucji |

| | | | publicznych (urzędy, GOK) | | | | | publicznych |
|------|--|--|--|---|--------|---|-----|---|
| 3.2. | Szkolenia w zakresie przygotowania i realizacji wniosków o wsparcie finansowe i wniosków o płatność na zakładanie lub rozwój działalności gospodarczej | Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, rolnicy, mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane | Spotkania | Liczba spotkań | szt. | 0 | 25 | Sprawozdania, listy obecności |
| | | | Materialy szkoleniowe w wersji elektronicznej | Liczba zestawów (osobno na start-up i na rozwój firm) | zestaw | 0 | 2 | Kopia materiałów w PDF |
| | | | Indywidualne doradztwo pracowników w Biurze LGD i na obszarze wsparcia | Ilość godzin doradztwa | ilość | 0 | 280 | Karta doradztwa |
| 3.3 | Szkolenia w zakresie przygotowania i realizacji wniosków o wsparcie finansowe i wniosków o płatność na rozwój aktywności lokalnej | Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane | Spotkania | Liczba spotkań | szt. | 0 | 25 | Sprawozdania, listy obecności |
| | | | Materialy szkoleniowe w wersji elektronicznej | Liczba zestawów | zestaw | 0 | 1 | Kopia materiałów w PDF |
| | | | Indywidualne doradztwo pracowników w Biurze LGD i na obszarze wsparcia | Ilość godzin doradztwa | ilość | 0 | 280 | Karta doradztwa |
| 3.4 | Spotkania n/t zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD | Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, instytucje publiczne, mieszkańcy i grupy defaworyzowane z obszaru wsparcia | Prezentacje przez pracownika Biura LGD w trakcie spotkań | Liczba prezentacji | szt. | 0 | 25 | Kopia materiałów w PDF, lista obecności |
| | | | Ulotka informacyjna wręczana na spotkaniu | Liczba edycji | szt. | 0 | 2 | Kopia ulotki |
| 4.1 | Szkolenia w zakresie tworzenia i | Wszyscy potencjalni wnioskodawcy | Spotkania | Liczba spotkań | szt. | 0 | 15 | Sprawozdania, listy obecności |
| | | | Materialy szkoleniowe | Liczba zestawów | zestaw | 0 | 1 | Kopia materiałów w PDF |

| | | | | | | | | |
|-----|---|---|--|------------------------|---------------|----------|-----------|--------------------------------------|
| | <p>prowadzenia działalności gospodarczej, tworzenia partnerstw i sieciowania na rzecz wspólnych inicjatyw gospodarczych</p> | <p>dawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, instytucje publiczne, mieszkańcy i grupy defaworyzowane z obszaru wsparcia</p> | <p>w wersji elektronicznej</p> | | | | | |
| 4.2 | <p>Szkolenia aktywizujące mieszkańców w zakresie identyfikacji nowych produktów lokalnych</p> | <p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, instytucje publiczne, mieszkańcy i grupy defaworyzowane z obszaru wsparcia</p> | <p>Spotkania</p> | <p>Liczba spotkań</p> | <p>szt.</p> | <p>0</p> | <p>10</p> | <p>Sprawozdania, listy obecności</p> |
| | | | <p>Materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej</p> | <p>Liczba zestawów</p> | <p>zestaw</p> | <p>0</p> | <p>1</p> | <p>Kopia materiałów w PDF</p> |
| 4.3 | <p>Szkolenia w zakresie podniesienia wiedzy i umiejętności mieszkańców co do przygotowania i wdrażania inicjatyw lokalnych i partnerskich</p> | <p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, instytucje publiczne, mieszkańcy i grupy defaworyzowane z obszaru wsparcia</p> | <p>Spotkania</p> | <p>Liczba spotkań</p> | <p>szt.</p> | <p>0</p> | <p>15</p> | <p>Sprawozdania, listy obecności</p> |
| | | | <p>Materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej</p> | <p>Liczba zestawów</p> | <p>zestaw</p> | <p>0</p> | <p>1</p> | <p>Kopia materiałów w PDF</p> |

| | | | | | | | | |
|-----|---|--|--|-------------------------------|------|---|---|--------------------------------|
| 5.1 | Kampania informacyjna adresowana do grup defaworyzowanych | Grupy defaworyzowane wskazane w LSR | Artykuły na stronie internetowej LGD | Liczba artykułów | szt. | 0 | 5 | Wydruki ze strony internetowej |
| | | | Spotkania z zaproszonymi osobami z grup defaworyzowanych | Liczba spotkań | szt. | 0 | 3 | Listy obecności, sprawozdania |
| 5.2 | Szkolenia dotyczące przygotowania wniosków o wsparcie z LSR | Grupy defaworyzowane wskazane w LSR | Spotkania | Liczba spotkań | szt. | 0 | 3 | Listy obecności, sprawozdania |
| 6.1 | Badania trafności doboru środków komunikacji oraz zainteresowania uczestnictwem w działaniach LGD | Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane | Badania ankietowe w wersji elektronicznej i audytoryjne (w czasie spotkań) | Liczba przeprowadzonych badań | szt. | 0 | 3 | Raporty z badań |
| 6.2 | Badania satysfakcji wnioskodawców dotyczące jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania, realizacji i rozliczenia wniosków | Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR | Badania ankietowe w wersji elektronicznej i audytoryjne (w czasie spotkań) | Liczba przeprowadzonych badań | szt. | 0 | 5 | Raporty z badań |

Tabela 4. Harmonogram Planu komunikacji na lata 2016 – 2020

| Cel | Nr i nazwa działania komunikacyjnego | I poł. 2016 | II poł. 2016 | I poł. 2017 | II poł. 2017 | I poł. 2018 | II poł. 2018 | I poł. 2019 | II poł. 2019 | I poł. 2020 | II poł. 2020 |
|--|--|----------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|-----------------|
| Podniesienie świadomości i wiedzy mieszkańców i potencjalnych beneficjentów na temat inicjatywy LEADER w ramach PROW 2014-2020 i wsparcia z LSR | 1.1. Kampania informacyjna n/t inicjatywy LEADER w ramach PROW 2014-2020 oraz założeń LSR na lata 2016-2023 | X | | | | | | X | | | X |
| | 1.2. Informowanie o bieżących inicjatywach LGD w latach 2016-2020 | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Zwiększenie wiedzy mieszkańców i potencjalnych beneficjentów o instytucjonalnym wsparciu oferowanym przez LGD | 2.1. Informowanie n/t form pomocy (m.in. indywidualne doradztwo, szkolenia, warsztaty, spotkania aktywizujące, wsparcie finansowe, wsparcie organizacyjne i promocyjne) oferowanych przez LGD potencjalnym wnioskodawcom | X | X | X | X | X | X | X | X | X | |
| Wspieranie przez LGD beneficjentów na etapie przygotowania, realizacji i rozliczania operacji finansowanych z LSR | 3.1. Informowanie o terminach naborów wniosków i szkoleniach dotyczących przygotowania wniosków | | X | X | X | X | | | | | |
| | 3.2. Szkolenia w zakresie przygotowania i realizacji wniosków o wsparcie finansowe i wniosków o płatność na zakładanie lub rozwój działalności gospodarczej | | X | X | X | X | | | | | |
| | 3.3. Szkolenia w zakresie przygotowania i realizacji wniosków o wsparcie finansowe i wniosków o płatność na rozwój aktywności lokalnej | | X | X | X | X | | | | | |
| | 3.4. Spotkania n/t zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD | | X | X | X | X | | | | | |

| Cel | Nazwa działania komunikacyjnego | I poł. 2016 | II poł. 2016 | I poł. 2017 | II poł. 2017 | I poł. 2018 | II poł. 2018 | I poł. 2019 | II poł. 2019 | I poł. 2020 | II poł. 2020 |
|--|--|----------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|-----------------|
| Aktywizacja mieszkańców w kierunku podejmowania indywidualnych i partnerskich inicjatyw lokalnych | 4.1. Szkolenia w zakresie tworzenia i prowadzenia działalności gospodarczej, tworzenia partnerstw i sieciowania na rzecz wspólnych inicjatyw gospodarczych | X | X | X | X | X | | | | | |
| | 4.2. Szkolenia aktywizujące mieszkańców w zakresie identyfikacji nowych produktów lokalnych | | X | X | X | X | | X | | X | |
| | 4.3. Szkolenia w zakresie podniesienia wiedzy i umiejętności mieszkańców co do przygotowania i wdrażania inicjatyw lokalnych i partnerskich | | | X | X | X | | | | | |
| Zaangażowanie grup defaworyzowanych w inicjatywy społeczno-gospodarcze na obszarze wsparcia | 5.1. Kampania informacyjna adresowana do grup defaworyzowanych | | X | X | X | X | | | | | |
| | 5.2. Szkolenia dotyczące przygotowania wniosków o wsparcie z LSR | | | | X | X | | | | | |
| Dostosowanie wdrażanych działań komunikacyjnych i środków przekazu oraz funkcjonowania LGD i realizacji LSR do potrzeb i oczekiwań beneficjentów LSR | 6.1. Badania trafności doboru środków komunikacji oraz zainteresowania uczestnictwem w działaniach LGD | | X | X | X | X | | | | | |
| | 6.2. Badania satysfakcji wnioskodawców dotyczące jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania, realizacji i rozliczenia wniosków | | X | X | X | X | | | | | |