

## Planu Komunikacji do roku 2029

Celem działań komunikacyjnych jest: skuteczne zarządzanie wsparciem rozwoju lokalnego oraz budowa pozytywnego wizerunku i marki LGD. To działanie służące włączeniu obywateli na szczeblu lokalnym w inicjowanie i realizację działań na rzecz rozwoju lokalnego. Wskazany cel działań komunikacyjnych wynika z przeprowadzonej analizy potrzeb mieszkańców obszaru LGD. W opracowaniu celów wzięto pod uwagę sugestie uczestników spotkań informacyjno-konsultacyjnych, które miały miejsce w każdej z gmin członkowskich oraz wynik badania ewaluacyjnego. Analiza ta potwierdziła efektywność zaproponowanych działań komunikacyjnych na lata 2022-2029. Wykonanie Planu komunikacji zakłada realizację obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI wynikających z art. 50 ust. 1 Rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez właściwe IS oraz Księgą wizualizacji PS WPR.

CELE	CELE	Przesłanki	Działania komunikacyjne	Środki przekazu działań komunikacyjnych	Grupy docelowe - adresaci działań komunikacyjnych	Nazwa wskaźnika	2024		2025		2026		2027		2028		2029		RAZEM 2024-2029		Rezultaty działań - EFEKTY		
							Wartość	Planowane wsparcie (zł)	Wartość	Planowane wsparcie (zł)	Wartość	Planowane wsparcie (zł)	Wartość	Planowane wsparcie (zł)	Wartość	Planowane wsparcie (zł)	Wartość	Planowane wsparcie (zł)	Wartość docelowa	Razem planowane wsparcie (zł)			
CEL 1. Realizacja kampanii promocyjno-informacyjnej na temat założeń LSR i działalności KST-LGD oraz wizualizacji EFPROW, PS WPR, EFE+, LGD	CEL 1. Realizacja kampanii promocyjno-informacyjnej na temat założeń LSR i działalności KST-LGD oraz wizualizacji PS WPR FEWL EFS+, LGD	Tworzenie pozytywnego wizerunku KST-LGD i rozpoznawanie znaku stowarzyszenia, aktywizacja społeczności lokalnej do włączenia się w realizację LSR, aktywizacja kobiet i wszystkich wskazanych grup docelowych, pozyskanie większej liczby kobiet jako beneficjentów, współpraca ze społecznością lokalną przy wspólnych realizacjach działań, zwiększenie dostępności do informacji, promocja i wizualizacja FEW EFS+, PS WPR jako źródeł dofinansowywania wniosków, uzyskanie informacji zwrotnej od lokalnej społeczności na temat wpływu realizacji LSR na poprawę jakości życia na obszarze LSR, uzyskanie informacji na temat oceny jakości pracy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie.	1.A Umieszczanie informacji na stronie internetowej Stowarzyszenia - adres <a href="http://www.kst-lgd.pl">www.kst-lgd.pl</a>	<a href="http://www.kst-lgd.pl">www.kst-lgd.pl</a>	Mieszkańcy obszaru LGD, w tym: kobiety jako grupa w niekorzystnej sytuacji, ludzie młodzi do 25 roku życia, seniorzy, osoby dorosłe o niskich kwalifikacjach zagrożeni degradacją lub wykluczeniem z rynku pracy, osoby wykluczone społecznie lub zagrożone tym wykluczeniem, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, przedstawiciele sektora finansów publicznych, osoby odwiedzające biuro, osoby korzystające z doradztwa i szkoleń	1.A liczba informacji umieszczonych na <a href="http://www.kst-lgd.pl">www.kst-lgd.pl</a>	2	0,00	2	0,00	2	0,00	2	0,00	2	0,00	2	0,00	12	0,00	Poinformowanie grup docelowych o działalności LGD, sposobach kontaktu z biurem, wskazanie obszarów ewentualnej współpracy; Wskazanie korzyści płynących z przynależności do stowarzyszenia oraz zainteresowanie środkami EFPROW, PS WPR i EFS. Motywowanie, pobudzanie do działania lokalnej społeczności. Budowanie kapitału społecznego poprzez aktywizację mieszkańców. Wzrost zaangażowania w kształtowanie własnego otoczenia. Wzrost poczucia tożsamości z regionem. Uzyskanie potwierdzenia w zakresie znajomości działalności LGD; potwierdzenie zainteresowania stowarzyszeniem; uzyskanie informacji o efektach konkretnych narzędzi komunikacyjnych; zwiększenie rozpoznawalności znaku LGD. Zbudowanie i utrzymanie rozpoznawalności i PS WPR 2021-2027 i FEWL EFS+ na tle innych programów oraz funduszy europejskich. W przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD nastąpi zintensyfikowanie działań promocyjno-informacyjnych.		
			1.B Umieszczanie informacji na Facebooku	facebook		1.B liczba informacji umieszczonych na Facebook'u	2	0,00	2	0,00	2	0,00	2	0,00	2	0,00	2	0,00	2	0,00		12	0,00
			1.C Organizacja wydarzeń promocyjnych	wydarzenia promocyjne		1.C.1 liczba zorganizowanych wydarzeń promocyjnych	1	5000,00	1	5000,00	1	5000,00	1	5000,00	1	5000,00	1	5000,00	1	5000,00		6	30000,00
						1.C.2 liczba wydarzeń promocyjnych, w których KST-LGD wzięła udział	5	1500,00	5	1500,00	5	1500,00	5	1500,00	5	1500,00	5	1500,00	5	1500,00		21	9000,00
			1.D Stworzenie punktu informacyjnego w biurze LGD	punkt informacyjny - biuro LGD		1.D liczba osób odwiedzających biuro	50	0,00	50	0,00	50	0,00	50	0,00	50	0,00	50	0,00	50	0,00		300	0,00
			1.E Wydawanie materiałów promocyjnych	materiały promocyjne		1.E liczba nośników znaków UE,PROW,LEADER,EFS+	5	5000,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00		5*	5000,00
1.F Przeprowadzenie badania ankietowego na temat jakości usług świadczonych przez LGD oraz jakości życia na obszarze LGD	badanie ankietowe na temat jakości usług świadczonych przez LGD oraz jakości życia na obszarze LGD	1.F liczba przeprowadzonych badań ankietowych	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	6	0,00					
CEL 2. Przekazywanie informacji na temat warunków, zasad i kryteriów udzielania wsparcia z budżetu LSR	CEL 2. Przekazywanie informacji na temat warunków zasad i kryteriów udzielania wsparcia z budżetu LSR	Rozpowszechnianie informacji o możliwościach aplikowania o środki, kryteriach wyboru i oceny operacji stosowanych przez Radę, ich interpretacji, terminach naboru, wniosków o wsparcie, wsparcie merytoryczne i techniczne wnioskodawców w zakresie przygotowania i rozliczenia wniosków, poprawa jakości składanych wniosków, podnoszenie kwalifikacji pracowników i członków organów Stowarzyszenia, wskazanie na korzyści z realizacji projektów z funduszy PS WPR i EFS+	2.A Zorganizowanie szkolenie dla pracowników i członków organów LGD	szkolenia dla członków organów LGD	Mieszkańcy obszaru LGD, w tym: kobiety jako grupa w niekorzystnej sytuacji, ludzie młodzi do 25 roku życia, seniorzy, osoby dorosłe o niskich kwalifikacjach zagrożeni degradacją lub wykluczeniem z rynku pracy, osoby wykluczone społecznie lub zagrożone tym wykluczeniem, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, przedstawiciele sektora finansów publicznych, osoby odwiedzające biuro, osoby korzystające z doradztwa i szkoleń, członkowie i pracownicy LGD	2.A liczba zorganizowanych szkoleń dla organów LGD	2	4000,00	2	4000,00	1	2000,00	1	2000,00	2	4000,00	1	2000,00	9	18000,00	Przeszkolenie organów LGD w zakresie procedur i kryteriów wyboru operacji. Przeszkolenie potencjalnych beneficjentów w zakresie procedur i wymagań dotyczących wyboru i realizacji operacji. Przekazanie informacji potencjalnym beneficjentom na temat terminów naborów, zakresu naborów, kryteriów wyboru operacji, dostępnej alokacji środków. Wskazanie korzyści płynących z realizacji projektu oraz skorzystania z dofinansowania PS WPR 2021-2027 i FEWL EFS.		
			2.B Zorganizowanie szkoleń dla beneficjentów	szkolenia dla beneficjentów		2.B liczba zorganizowanych szkoleń dla beneficjentów	2	200,00	3	300,00	1	100,00	1	100,00	2	200,00	0	0,00	9	900,00			
			2.C Prowadzenie doradztwa	doradztwo		2.C liczba podmiotów, którym udzielono doradztwa w zakresie pozyskania pomocy i rozliczenia wniosków	10	0,00	15	0,00	15	0,00	5	0,00	5	0,00	0	0,00	50	0,00			
			2.D Umieszczanie informacji na stronie internetowej Stowarzyszenia <a href="http://www.kst-lgd.pl">www.kst-lgd.pl</a>	<a href="http://www.kst-lgd.pl">www.kst-lgd.pl</a>		2.D liczba informacji zamieszczonych na <a href="http://www.kst-lgd.pl">www.kst-lgd.pl</a>	5	0,00	5	0,00	1	0,00	5	0,00	5	0,00	1	0,00	22	0,00			
			2.E Umieszczanie informacji na Facebooku	facebook		2.E liczba informacji umieszczonych na Facebook'u	5	0,00	5	0,00	1	0,00	5	0,00	5	0,00	5	0,00	1	0,00		22	0,00
CEL 3 Informowanie o stanie wdrażania LSR	CEL 3 Informowanie o stanie wdrażania LSR	Informowanie lokalnej społeczności o stanie realizacji LSR - osiągnięcie wskaźników, gospodarowanie budżetem, prezentacje projektów, o zmianach w LSR, przeprowadzanie ewaluacji wewnętrznej i tworzenie pozytywnego wizerunku LGD jako rzetelnego partnera do współpracy.	3.A Umieszczanie informacji na stronie internetowej Stowarzyszenia <a href="http://www.kst-lgd.pl">www.kst-lgd.pl</a>	<a href="http://www.kst-lgd.pl">www.kst-lgd.pl</a>	Mieszkańcy obszaru LGD, w tym: kobiety jako grupa w niekorzystnej sytuacji, ludzie młodzi do 25 roku życia, seniorzy, osoby dorosłe o niskich kwalifikacjach zagrożeni degradacją lub wykluczeniem z rynku pracy, osoby wykluczone społecznie lub zagrożone tym wykluczeniem, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, przedstawiciele sektora finansów publicznych, członkowie Stowarzyszenia KST-LGD	3.A liczba informacji umieszczonych na <a href="http://www.kst-lgd.pl">www.kst-lgd.pl</a> prezentujących stan wdrażania LSR,	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	6	0,00	Monitorowanie stopnia realizacji poszczególnych operacji oraz stanu wdrażania LSR przez beneficjentów i członków stowarzyszenia. Przedstawienie informacji o etapie wdrażania LSR, stopniu zrealizowania wskaźników i wykorzystania budżetu oraz przedstawienie potencjalnym beneficjentom informacji o możliwościach pozyskiwania środków w interesujących obszarach wsparcia. Spowodowanie zainteresowania projektami możliwymi do realizacji		
			3.B Umieszczanie informacji na Facebooku	facebook		3.B liczba informacji zamieszczonych na Facebook'u,	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	6	0,00			
			3.C Przeprowadzenie ewaluacji wewnętrznej i sporządzenie sprawozdania z realizacji LSR	ewaluacja wewnętrzna - sprawozdania z realizacji LSR		3.C liczba sprawozdań	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00	1	0,00			
			3.D Organizacja spotkań sprawozdawczych z członkami LGD oraz mieszkańcami	spotkania z członkami LGD i mieszkańcami,		3.D liczba warsztatów refleksyjnych	1	2000,00	1	2000,00	1	2000,00	1	2000,00	1	2000,00	1	2000,00	1	2000,00		6	12000,00
RAZEM																			74900,00				

## TRYB KORYGOWANIA PLANU KOMUNIKACJI

Po analizie wyników wniosków rocznej ewaluacji zostaną wprowadzone działania dodatkowe w tych obszarach, które zostaną uznane za niezadawalające. Działania te zostaną dodatkowo wprowadzone do PLANU KOMUNIKACJI. Zmiany w PLANIE KOMUNIKACJI mogą nastąpić po analizie wniosków z badania ankietowego jeżeli respondenci wskażą obszar, który nie funkcjonuje zadowalająco. W takiej sytuacji zostaną natychmiast wprowadzone działania korygujące. Działania te zostaną dodatkowo wprowadzone do PLANU KOMUNIKACJI. Jeżeli będą wymagały dodatkowych nakładów finansowych, zarząd zdecyduje o źródle ich finansowania.

- \* 1. wydrukowanie 2000 sztuk informatorów o LGD
- 2. zakup roll up 1 sztuka
- 3. zakup tablicy zewnętrznej do siedziby LGD 1 sztuka
- 4. zakup żagla promocyjnego 1 sztuka
- 5. zakup wizytówek KST-LGD