



Fundusze
Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



**Plan Komunikacji z lokalną społecznością
dla Stowarzyszenia
Lokalna Grupa Działania
Sąsiedzi wokół Szlaku Piastowskiego
(załącznik Lokalnej Strategii Rozwoju
na lata 2023-2027)**

Główne cele i przesłanki leżące u podstaw opracowania planu komunikacji.

Opracowanie planu komunikacji dla LGD ma na celu zapewnienie skutecznej i efektywnej wymiany informacji oraz budowanie pozytywnego wizerunku grupy w lokalnym środowisku. Główne cele i przesłanki, które leżą u podstaw tego procesu:

1. Komunikacja z interesariuszami: Plan komunikacji uwzględnia identyfikację i zaangażowanie kluczowych interesariuszy z obszaru objętego LSR. Są to mieszkańcy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, sołtysi i Rady sołeckie, koła gospodyń wiejskich, ochotnicze straże pożarne, władze lokalne itp. Cele komunikacji z interesariuszami obejmują informowanie o działaniach LGD, zdobywanie opinii i informacji zwrotnych, a także budowanie zaufania i partnerstwa.
2. Wykorzystanie różnych kanałów komunikacji: Plan komunikacji uwzględnia różnorodność kanałów komunikacji, takich jak media społecznościowe, strona internetowa, szkolenia, spotkania publiczne itp. Dywersyfikacja kanałów pozwoli dotrzeć do różnych grup odbiorców i zwiększyć zasięg komunikacji.
3. Klarowność i dostępność informacji: Plan komunikacji skupia się na zapewnieniu klarowności i dostępności informacji dla odbiorców. Treści są jasne, zrozumiałe i dostępne w różnych formatach, aby zaspokoić potrzeby różnych grup odbiorców.
4. Budowanie zaangażowania i partycypacji: Plan komunikacji uwzględnia strategię budowania zaangażowania i partycypacji lokalnej społeczności. Obejmuje to organizację spotkań, konsultacji społecznych, udziału w wydarzeniach społecznych itp. Ważne jest, aby dać mieszkańcom możliwość wyrażania swoich opinii i uczestnictwa w procesach podejmowania decyzji.
5. Spójność przekazu: W planie komunikacji należy uwzględnić spójność przekazu. Wiadomości przekazywane przez LGD powinny być jednoznaczne i zgodne z jej celami i wartościami. Informacje będą spójne na różnych platformach i kanałach komunikacji, aby uniknąć zamieszania i niejednoznaczności.
6. Monitorowanie i ocena efektywności: Plan komunikacji zawiera mechanizmy monitorowania i oceny efektywności działań komunikacyjnych. To pozwoli na ocenę osiągniętych wyników i dostosowanie strategii komunikacyjnej w razie potrzeby.

Plan Komunikacji Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Sąsiedzi wokół Szlaku Piastowskiego zawiera opis celów komunikacji i działań komunikacyjnych, wskazuje grupy docelowe oraz środki i narzędzia przekazu informacji, jakich LGD zamierza używać w komunikowaniu podczas wdrażania LSR.

Komunikacja w procesie tworzenia i wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju jest warunkiem koniecznym w osiągnięciu założonych celów. Podstawowym warunkiem w planowaniu skutecznej komunikacji jest jej obustronność, a więc komunikacja na linii LGD – społeczności lokalne – LGD. Takie podejście pozwala na pozyskiwanie informacji zwrotnej i służy transparentności działań LGD, co jest niezwykle ważne w budowaniu zaufania do LGD. Zadaniem planu komunikacji jest przekazanie najważniejszych informacji o działaniach jakie są planowane w ramach LSR oraz o efektywnym ich wdrażaniu, a także promowanie LSR i działalności LGD wśród mieszkańców z obszaru LSR.

Główne cele działań komunikacyjnych:

- I. Wzrost wiedzy wśród lokalnej społeczności na temat LGD i LSR.
- II. Wzrost umiejętności w zakresie pozyskania wsparcia w LGD w ramach LSR.
- III. Wzrost poziomu aktywizacji społeczności lokalnej.
- IV. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród lokalnej społeczności.

Opis działań komunikacyjnych i grup docelowych oraz środków przekazu, w tym działań podejmowanych w przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD.

Działania komunikacyjne wraz z środkami przekazu zostały sformułowane na podstawie:

- Standardu minimum do planu komunikacji z lokalną społecznością dla Województwa Kujawsko-Pomorskiego;
- rozmów z mieszkańcami obszaru podczas spotkań konsultacyjnych, w tym szczególnie z sołtysami, przedstawicielami KGW i OSP, przedsiębiorcami, przedstawicielami lokalnych samorządów, instytucjami oraz organizacjami.
- badania ankietowego pn. *Ankieta dotycząca komunikacji LGD z lokalną społecznością.*
- Raportu z ewaluacji ex-post pn. *Ewaluacja zewnętrzna realizacji Lokalnej Strategii Rozwoju na lata 2014-2020 dla Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Sąsiedzi wokół Szlaku Piastowskiego.*

Adresaci działań komunikacyjnych (grupy docelowe):

1. lokalni liderzy, m. in. sołtysi, rady sołeckie, radni gmin, powiatów, województwa;
2. instytucje kultury i / lub edukacji, mające siedzibę na obszarze LSR, m.in. biblioteki, domy kultury, szkoły, uniwersytety trzeciego wieku;
3. organizacje pozarządowe, mające siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiające młodzież i seniorów), m.in. koła gospodyń wiejskich, ochotnicze straże pożarne, kluby sportowe;
4. instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej, m.in. ośrodki pomocy społecznej, parafie, warsztaty terapii zajęciowej itp.;
5. mieszkańcy obszaru LSR;
6. przedsiębiorcy, mające siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR.

LGD zastosuje następujące środki przekazu:

| Zaplanowane do stosowania środki przekazu | | |
|---|---|---|
| Baza mailowa lokalnych liderów¹ | Prowadzenie bazy mailowej lokalnych liderów, m.in. sołtysów, radnych gmin, powiatu, województwa, instytucji kulturalnych i/lub edukacyjnych, mających siedzibę na obszarze LSR, tj. bibliotek, domów kultury, teatrów, szkół, uniwersytetów trzeciego wieku itp., w celu informowania drogą mailową o konkursach, konsultacjach społecznych i wydarzeniach organizowanych przez LGD | Forma stosowana przez LGD w perspektywie 2014-2020. Zostanie dokonana dodatkowa analiza, mająca na celu weryfikację, czy w bazie znajdują się przedstawiciele wszystkich grup docelowych. W przypadku negatywnej weryfikacji LGD poczyni starania pozyskania dodatkowych adresów e-mail |
| Newsletter w formie elektronicznej | Newsletter skierowany do podmiotów wykazanych jako grupy docelowe, mający na celu informowanie o naborach, konsultacjach społecznych i wydarzeniach organizowanych przez LGD. Wskazane grupy docelowe zgłaszają chęć otrzymania takich informacji poprzez newsletter. Za pośrednictwem newslettera będą obowiązkowo przekazywane informacje dotyczące: | Forma stosowana przez LGD w perspektywie 2014-2020. |

¹ Baza mailowa lokalnych liderów – środek przekazu badany do dnia 31.12.2025 r.

| | | |
|---|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • szkoleń dla potencjalnych wnioskodawców/grantobiorców • naborów wniosków o przyznanie pomocy/wniosków o powierzenie grantów, • otwartych wydarzeń organizowanych przez LGD, • dyżurów Mobilnego Punktu Doradczego (MPD), • organizacji dorocznego seminarium „Lubię tu być – łączy nas RLKS” | |
| Wydarzenie otwarte lub organizacja Mobilnych Punktów Informacyjnych RLKS (MPI) | <p>Wydarzenie otwarte dla społeczności z terenu LSR, podczas którego LGD m.in. przedstawi swoje dotychczasowe działania oraz wsparcie, którego udzieliło, jak również poinformuje o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów lub organizowanie MPI – punktów organizowanych przez LGD podczas różnorodnych wydarzeń realizowanych na obszarze LSR lub poza obszarem LSR (ale na terenie woj. Kujawsko pomorskiego) przez różne podmioty, w tym LGD. Otwarte wydarzenie/MPI powinny zostać oznakowane roll-upem lub x-baner o min. wymiarach 100x200 cm zgodny z wizualizacją przekazaną przez ZW.</p> | <p>Forma stosowana przez LGD w perspektywie 2014-2020.</p> |
| Spotkania informacyjno-konsultacyjne² | <p>Otwarte spotkanie z przedstawicielami grup docelowych działań komunikacyjnych (w szczególności przedstawicielami sołectw) w każdej gminie obszaru LSR. Punktem wyjścia do spotkań gminnych będą w miarę możliwości wcześniejsze spotkania w sołectwach, o organizację których zostaną poproszone przez Zarząd Województwa lokalne samorządy. LGD jest zobligowana uczestniczyć w przedmiotowych spotkaniach na zaproszenie zainteresowanych sołectw. Podczas spotkań LGD omówi możliwości uzyskania dofinansowania, jak również nastąpi identyfikacja pomysłów, które będzie można zrealizować w ramach konkursów ogłoszonych przez LGD w najbliższym czasie.</p> <p>LGD przygotuje materiały informacyjne na spotkania w sołectwach, gminach, zawierające w szczególności opis zakresów wsparcia przewidywanych w LSR oraz informację o planowanych terminach konkursów.</p> | <p>Forma stosowana częściowo przez LGD w perspektywie 2014-2020 (w sposób niesformalizowany) – dostosowana do potrzeb i możliwości LGD oraz mieszkańców, w szczególności sołtysów. LGD pozostawała w bieżącym kontakcie z interesariuszami.</p> |

²Spotkania informacyjno-konsultacyjne – środek przekazu badany do dnia 31.12.2025 r.

| | | |
|--|---|--|
| <p>Mobilny Punkt Doradczy LGD (MPD)³</p> | <p>Zapewnienie mieszkańcom obszaru objętego LSR bezpośredniego i regularnego dostępu do doradztwa oraz informacji na temat działań LGD poprzez organizację dyżurów przedstawicieli LGD w gminach. Dyżur MPD organizowany na terenie jednej z wybranych gmin należących do obszaru LDG. Dopuszczalne jest organizowanie dyżurów dla kilku sąsiadujących ze sobą gmin.</p> | |
| <p>Forum generalne LGD⁴</p> | <p>Forum generalne LGD, na które LGD zaprosi uczestników / przedstawicieli / delegatów spotkań informacyjno-konsultacyjnych organizowanych w gminach oraz spotkań w zainteresowanych sołectwach, a także przedstawicieli grup docelowych (adresatów działań komunikacyjnych) oraz innych lokalnych parterów, działających w obszarze społecznym i gospodarczym. Podczas Forum LGD przedstawi wnioski, pomysły i potrzeby zgłoszone podczas spotkań gminnych. Podczas Forum mogą być także zebrane nowe potrzeby, na które odpowiedzią może być LSR. Przedmiotem konsultacji na Forum będzie także sposób premiowania projektów w ramach konkursów ogłaszanych przez LGD.</p> | |
| <p>Otwarte seminarium LGD pn. „Lubię tu być – łączy nas RLKS”⁵</p> | <p>Otwarte spotkanie z przedstawicielami grup docelowych wymienionych w standardzie, podczas którego LGD przedstawi dotychczasowe osiągnięcia oraz postępy we wdrażaniu Lokalnej Strategii Rozwoju. Wydarzenie będzie również okazją do otwartej dyskusji z uczestnikami na temat potrzeb, wyzwań i pomysłów lokalnych społeczności, co pozwoli na lepsze dopasowanie przyszłych działań LGD (w tym organizowanych naborów) do oczekiwań mieszkańców. Seminarium będzie jednocześnie formą promocji podejścia RLKS w województwie, poprzez prezentacje dobrych praktyk oraz aktywizację lokalnych środowisk do współpracy i zaangażowania w rozwój regionu. Dla uczestników seminarium LGD przygotowuje materiały informacyjne zawierające w szczególności opis zakresów wsparcia przewidywanych w LSR oraz informację o planowanych terminach naborów.</p> | |

³Mobilny Punkt Doradczy LGD (MPD) – środek przekazu badany od dnia 01.01.2026 r.

⁴Forum generalne LGD – środek przekazu badany do dnia 31.12.2025r.

⁵ Otwarte seminarium LGD pn. „Lubię tu być – łączy nas RLKS” – środek przekazu badany od dnia 01.01.2026 r.

| | | |
|---|---|--|
| <p>Szkolenie w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu</p> | <p>Szkolenia w zakresie zasad przyznawania pomocy i / lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy / powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego naboru lub w trakcie trwania ogłoszenia lub w trakcie trwania naboru. Szkolenia mogą się odbywać stacjonarnie, w formie bezpośrednich spotkań lub też w formule on-line.</p> <p>Dopuszcza się możliwość organizacji szkoleń, które swoją tematyką (zakresem) będą obejmować więcej niż 1 nabór.</p> | <p>Forma stosowana przez LGD w perspektywie 2014-2020.</p> |
| <p>Strona internetowa LGD</p> | <p>Strona internetowa LGD (www.lgdsasiedzi.eu), stworzona zgodnie z przekazaniem przez ZW interfejsem (layout) oraz aktualizowanej na bieżąco, w ramach której:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zapewniony zostanie dostęp do informacji o aktualnym harmonogramie naborów oraz wynikach konkursów już przeprowadzonych, a także zamieszczona zostanie informacja o wszystkich zrealizowanych projektach w zakresie LSR w ramach EFS+ wraz z relacją zdjęciową. Informacje, a których mowa w standardzie zostaną zamieszczone na stronie startowej LGD lub istniejącej podstronie, do której bezpośredni dostęp będzie znajdowało się na stronie startowej LGD. - zamieszczone zostanie roczne sprawozdanie z wdrażania LSR za poprzedni rok, niezwłocznie po jego zatwierdzeniu przez ZW. | <p>Forma stosowana przez LGD w perspektywie 2014-2020. Zawartość strony zostanie rozszerzona o wskazane przez ZW treści.</p> |
| <p>Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych w mediach społecznościowych</p> | <p>Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych LGD przy użyciu co najmniej 1 kanału społecznościowego (Facebook). Z uwagi na główny cel mediów, jakim jest bieżący kontakt z lokalną społecznością, za ich pośrednictwem obligatoryjnie będą przekazywane informacje dotyczące:</p> <ul style="list-style-type: none"> • szkoleń dla potencjalnych wnioskodawców / grantobiorców, • naborów wniosków o przyznanie pomocy / wniosków o powierzenie grantów, • otwartych wydarzeń organizowanych przez LGD, • dyżurów Mobilnego Punktu Informacyjnego (MPI) oraz Mobilnego Punktu Doradczego (MDP), • organizacji dorocznego seminarium „Lubię tu być – łączy ans RLKS” | <p>Forma stosowana przez LGD w perspektywie 2014-2020 incydentalnie. LGD zwiększy zaangażowanie w funkcjonowanie kanału społecznościowego.</p> |

Informowanie ZW z co najmniej 14-dniowym wyprzedzeniem

LGD będzie informować ZW z co najmniej 14-dniowym wyprzedzeniem o zaplanowanych przez LGD w ramach planu komunikacji aktywnościach na terenie objętym LSR, tj. wręczeniu umów, szkoleniach dla potencjalnych wnioskodawców/ grantobiorców, dyżurów w gminach (MPD), dorocznym seminarium „Lubię tu być – łączy nas RLKS” na wskazany przez ZW adres mailowy.

Promocja LGD i ZW

Aktywności realizowane przez LGD powinny zostać oznakowane roll-upem o min. wymiarach 100x200 cm lub x-banerem zgodnym z wizualizacją przekazaną przez ZW.

Opis sposobu analizowania efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu (w tym tryb korygowania planu komunikacji)

Stosowane działania komunikacyjne oraz wykorzystywane środki przekazu podlegać będą cyklicznym badaniom pod kątem osiągnięcia planowanych efektów, a także racjonalnego wykorzystania budżetu planu komunikacji. W przypadku, gdy efekty te będą niezadowolające i/lub w przypadku stwierdzenia odstępstw od realizacji założonych wskaźników i efektów, podejmowane będą modyfikacje, udoskonalenia planu bądź wprowadzane będą inne działania, które według LGD będą bardziej skuteczne w osiągnięciu zakładanych celów. Zarówno w procesie tworzenia, jak i aktualizacji / korekty planu komunikacji istotne jest uwzględnienie unikalnych cech lokalnego środowiska i potrzeb społeczności. Plan powinien być elastyczny i dostosowywać się do zmieniających się warunków oraz uwzględniać opinie i uwagi odbiorców komunikacji. LGD na podstawie wniosków z analizy wskaże sposób skorygowania planu komunikacji. W sytuacji zaistnienia istotnych problemów z wdrażaniem LSR, a także potencjalnego pojawienia się braku akceptacji społecznej np. metod wdrażania LSR albo konkretnych działań podejmowanych przez LGD etc., LGD przeprowadzi partycypacyjne badanie, na podstawie wyników którego opracowana zostanie propozycja zmian. Zostanie ona przedstawiona do akceptacji Zarządu Województwa.

Wyniki działań w ramach planu komunikacji publikowane będą na stronie internetowej LGD . Wykorzystywane będą do prowadzenia działań monitoringowych i ewaluacyjnych, zgodnych z rozdziałem X Lokalnej Strategii Rozwoju i mogą się przyczynić do zaprojektowania zmian w planie komunikacji.

Działania mające na celu pozyskiwanie informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR:

1. zbieranie opinii podczas działań informacyjnych o zasadach realizacji LSR, skierowanych do potencjalnych wnioskodawców,
2. umożliwienie zgłaszania uwag poprzez korespondencję e-mail, telefonicznie, pisemnie na adres Biura LGD lub osobiście,
3. ankieta on-line, dostępna przez cały rok na stronie internetowej LGD (www.lgdsasiedzi.eu).

Pozyskane w ten sposób informacje będą wykorzystane np. do aktualizacji LSR, procedur czy też zmiany sposobu funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy biura.

W przypadku realizacji przez LGD działań opierających się na bezpośrednim kontakcie z przedstawicielami grup docelowych, LGD będzie prowadzić badania ankietowe w formie papierowej, dzięki którym możliwe będzie ustalenie wymiernych efektów danego działania. W przypadku realizacji przez LGD działań w formule online, LGD udostępni ich uczestnikom formularz ankiety on-line. W przypadku realizacji przez LGD wydarzeń otwartych pracownicy Biura LGD i/lub Członkowie Zarządu będą przeprowadzać rozmowy z uczestnikami i na ich podstawie będą sporządzane raporty.

Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań

| Środek przekazu | Adresaci działania komunikacyjnego | Planowane efekty działań komunikacyjnych - wskaźniki wraz z wartościami | | Cel komunikacji |
|---|--|--|---|--|
| Newsletter w formie elektronicznej | Wszystkie grupy docelowe planu komunikacji | Liczba newsletterów w formie elektronicznej - min. 6 / rok | Liczba osób, które skorzystały z newslettera - min. 25 osób / podmiotów / adresów, do których został wysłany newsletter | I. Wzrost wiedzy wśród lokalnej społeczności na temat LGD i LSR IV. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród lokalnej społeczności. |
| | | Źródło weryfikacji: Dane i materiały gromadzone przez LGD dotyczące realizacji przedmiotowych działań | | |
| Wydarzenie otwarte, np. festyn, warsztaty, konkursy, konferencje, rajdy rowerowe, zawody sportowe, targi lub organizowanie Mobilnych Punktów Informacyjnych RLKS (MPI) | Wszystkie grupy docelowe planu komunikacji | Liczba wydarzeń otwartych lub MPI - min. 1 wydarzenie / rok lub min. 3 MPI / rok | Liczba uczestników wydarzeń / MPI - min. 100 osób ⁶ | I. Wzrost wiedzy wśród lokalnej społeczności na temat LGD i LSR III. Wzrost poziomu aktywizacji społeczności lokalnej IV. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród lokalnej społeczności. |
| | | Źródło weryfikacji: Dokumentacja fotograficzna oraz sprawozdanie – opracowanie własne LGD | | |
| Mobilny Punkt Doradczy LGD (MPD) | Wszystkie grupy docelowe planu komunikacji | Liczba MDP – min. 1 MDP / kwartał | | I. Wzrost wiedzy wśród lokalnej społeczności na temat LGD i LSR IV. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród lokalnej społeczności. |
| | | Źródło weryfikacji: sprawozdanie z dyżuru doradczego – opracowanie własne LGD | | |
| Otwarte seminarium LGD pn. „Lubię tu być – łączy nas RLKS” (przedstawienie dotychczasowych osiągnięć oraz postępów we wdrażaniu Lokalnej Strategii Rozwoju (spotkanie bezpośrednie) | Wszystkie grupy docelowe planu komunikacji | Liczba seminarium LGD -min. 1 seminarium/ rok | | I. Wzrost wiedzy wśród lokalnej społeczności na temat LGD i LSR. II. Wzrost umiejętności w zakresie pozyskania wsparcia w LGD w ramach LSR. III. Wzrost poziomu aktywizacji społeczności lokalnej. IV. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród lokalnej społeczności. |
| | | Źródło weryfikacji: Sprawozdanie z realizacji seminarium – opracowanie własne LGD | | |

⁶ W przypadku organizacji więcej niż 1 wydarzenia / MPI w roku liczba uczestników sumuje się

| | | | | |
|---|--|--|---|--|
| Szkolenie w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem naboru lub w trakcie trwania ogłoszenia lub w trakcie trwania naboru (bezpośrednie spotkanie lub spotkanie w formule on-line) | Wszystkie grupy docelowe planu komunikacji - potencjalni wnioskodawcy operacji zakładanych w LSR | Liczba bezpłatnych szkoleń / część bezpłatnego szkolenia dot. każdego ogłoszonego konkursu- min. 1 szkolenie / część szkolenia dot. każdego ogłoszonego konkursu | Liczba osób przeszkolonych w zakresie przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy / powierzenia grantu przed ogłoszeniem każdego naboru lub w trakcie trwania ogłoszenia lub w trakcie trwania naboru- łącznie min. 4 osoby | I. Wzrost wiedzy wśród lokalnej społeczności na temat LGD i LSR. II. Wzrost umiejętności w zakresie pozyskania wsparcia w LGD w ramach LSR. III. Wzrost poziomu aktywizacji społeczności lokalnej. IV. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród lokalnej społeczności. |
| | | Źródło weryfikacji: Listy obecności lub elektroniczne listy obecności potwierdzone przez pracownika biura | | |
| Strona internetowa LGD | Wszystkie grupy docelowe planu komunikacji | Strona internetowa LGD- 1 aktywna i aktualizowana strona internetowa LGD | Liczba odwiedzin strony LGD- min. 1000 wyświetleń strony / rok | I. Wzrost wiedzy wśród lokalnej społeczności na temat LGD i LSR IV. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród lokalnej społeczności. |
| | | Źródło weryfikacji: Dane i materiały gromadzone przez LGD dotyczące realizacji przedmiotowych działań | | |
| Prowadzenie działań informacyjnych przy użyciu mediów społecznościowych (Facebook) | Wszystkie grupy docelowe planu komunikacji | kanał społecznościowy: 1 | Liczba aktywności- min. 20 różne aktywności rocznie | I. Wzrost wiedzy wśród lokalnej społeczności na temat LGD i LSR IV. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród lokalnej społeczności. |
| | | Źródło weryfikacji: Dane i materiały gromadzone przez LGD dotyczące realizacji przedmiotowych działań | | |

Planowany budżet przewidziany na działania komunikacyjne w okresie realizacji LSR

Szacunkowo na realizację działań zgodnie z określonymi w niniejszym planie komunikacji środkami przekazu, uwzględniając koszty merytoryczne (np. organizacja spotkań, szkoleń, wydarzeń otwartych) oraz koszty administracyjne (np. koszty delegacji, hosting i domena strony internetowej), minimalizując wydatki przewidziane na publikacje drukowane oraz gadzety reklamowe, przewiduje się budżet w wysokości 4 500,00 € na rok.