# Załącznik nr 5. Plan komunikacji.

1. **Główne cele i przesłanki leżące u podstaw opracowania planu.**

Główną przesłanką leżącą u podstaw opracowania planu komunikacji jest obowiązek zapewnienia przez LGD aktywnego, ciągłego i szeroko rozumianego uczestnictwa społeczności lokalnej obszaru Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność tj. powiatu nakielskiego, w jej bieżącym wdrażaniu oraz kreowanie lokalnych liderów, którzy dzięki swojemu zaangażowaniu mogą przyczynić się do rozwoju całego obszaru i osiągnięcia założonych w LSR celów.

Głównym celem Planu Komunikacji jest udzielanie wszechstronnej informacji o działaniach planowanych w ramach LSR, postępach w jej wdrażaniu, a także promowanie LSR i działalności LGD wśród ogółu mieszkańców obszaru LSR tj. mieszkańców powiatu nakielskiego.

Za prawidłową realizację działań zaplanowanych w ramach Planu komunikacji odpowiada biuro LGD.

1. **Szczegółowy opis działań komunikacyjnych:**

W poniższej tabeli zawarto:

* opis działań komunikacyjnych i grup docelowych oraz środków przekazu,
* opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych

ze wskazaniem celów szczegółowych komunikacji.

Wykazane działania stanową standard minimum co oznacza, iż w trakcie wdrażania Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność LGD przewiduje możliwość uzupełnienia planowanych działań o dodatkowe elementy wynikające ze zdiagnozowanych, na danym etapie wdrażania LSR, potrzeb.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **II połowa 2016 r.** | | | | | | | | | |
| **Cel szczegółowy komunikacji** | | **Nazwa działania komunikacyjnego** | | **Adresaci (grupy docelowe)** | | **Środki przekazu** | | **Wskaźniki realizacji i bezpośrednie efekty działań komunikacyjnych (standard minimum)** | |
| Rozpowszechnianie informacji o LSR (cele, przedsięwzięcia, możliwości wsparcia) oraz działalności LGD | | Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR na lata 2016 – 2023 | | Mieszkańcy obszaru LSR | | Artykuły na stronie internetowej LGD oraz portalu Facebook i na stronach lokalnych samorządów. | | prowadzenie strony internetowej [www.krajna-paluki.cna.org.pl](http://www.krajna-paluki.cna.org.pl) | |
| **e-newsletter** | |
| Artykuły w lokalnej prasie | | min. 5 artykułów | |
| Spoty w lokalnym Radio NAKŁO | | min. 3 spoty | |
| Spotkania informacyjne otwarte  (Liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD – 80%) | | **Liczba spotkań informacyjno- konsultacyjnych** LGD z mieszkańcami – min. 5  **Liczba osób uczestniczących w spotkaniach** informacyjno – konsultacyjnych -min. 5 spotkań x 20 osób  min. 1 spotkanie w każdej z gmin obszaru LSR (5 spotkań x min. 20 osób) | |
| Spotkania informacyjne branżowe (organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, sektor publiczny, itp.)  (Liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD – 80%) | | **Liczba spotkań informacyjno- konsultacyjnych LGD z mieszkańcami** – min. 3  **Liczba osób uczestniczących w spotkaniach informacyjno – konsultacyjnych** -  min. 3 spotkania x 20 osób | |
| Publikacja streszczenia LSR | | nakład min. 2500 szt. | |
| Konferencja inaugurująca wdrażanie LSR | | min. 50 uczestników | |
| Rozpowszechnianie informacji o szczegółowych zasadach przyznania pomocy w ramach Przedsięwzięć LSR | | „Od pomysłu do projektu” – szkolenia, warsztaty i doradztwo dla potencjalnych projektodawców na temat zasad przyznawania pomocy jak również tworzenia projektów w ramach LSR | | Potencjalni beneficjenci w ramach LSR, w tym grupy defaworyzowane ze względu na dostęp do rynku przy | | Szkolenia na temat zasad przyznawania pomocy i wypełniania wniosków  *Na zakończenie szkolenia każdorazowo zebrana zostanie od uczestników informacja zwrotna na temat udzielonego wsparcia w postaci anonimowej ankiety oceny szkolenia.* | | min. 4 szkolenia x 15 osób | |
| Warsztaty na temat reguł i zasad budowania projektów oraz zarządzania nimi.  *Na zakończenie warsztatu każdorazowo zebrana zostanie od uczestników informacja zwrotna na temat udzielonego wsparcia w postaci anonimowej ankiety oceny warsztatu.* | | min. 1 cykl x 15 osób | |
| Wydanie ulotki | | min. 3 ulotki x 5 000 szt. | |
| Punkt informacyjno – doradczy w biurze LGD | | **Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa** - min. 50 podmiotów, podmiot = osoba (stosowane zamiennie)  min. 60 % osób, otrzyma wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD - pomiar dokonywany zgodnie z opisem dokumentu „Zasady udzielania oraz sposób pomiaru oraz metody oceny jakości i efektywności doradztwa świadczonego w Biurze LGD „Partnerstwo dla Krajny i Pałuk”  (procedura wewnętrzna)” stanowiącym załącznik do Regulaminu Biura LGD | |
| Aktywizowanie środowisk lokalnych do podejmowania inicjatyw w ramach LSR | | „Młodzi aktywni dla siebie i regionu” - kampania informacyjno – promocyjna wśród dzieci i młodzieży – generowanie pomysłów na inicjatywy młodzieżowe w ramach LSR | | Grupa defaworyzowana: dzieci i młodzież obszaru LSR | | Forum inicjatyw młodzieżowych, w tym Plebiscyt „Młody talent Krajny i Pałuk” | | 1 forum, min. 50 uczestników forum | |
| „Lepszy przykład niż wykład” – generowanie pomysłów na lokalne inicjatyw poprzez upowszechnianie dobrych praktyk | | Przedstawiciele lokalnych NGO oraz lokalni liderzy obszaru LSR (w tym: sołtysi, radni gmin i powiatu, oraz wiodących instytucji publicznych), | | Wyjazd studyjny dla liderów poza obszar LSR | | min. 30 osób | |
| Forum inicjatyw lokalnych i organizacji pozarządowych obszaru LSR | | min. 20 organizacji | |
| Sprawna komunikacja wewnętrzna LGD | | Funkcjonowanie biura i organów LGD | | Pracownicy biura LGD oraz członkowie Rady i Zarządu | | Szkolenia dla pracowników LGD - zgodnie z planem szkoleń | | **Liczba osobodni szkoleń dla pracowników LGD** - 5  5 osób x 5 dni szkoleń | |
| Szkolenia dla członków organów LGD (zarząd + Rada) – zgodnie z planem szkoleń | | **Liczba osobodni szkoleń dla organów LGD** – 3  20 osób x 3 dni szkoleń | |
| **Termin:** **Rok 2017 - 2022** | | | | | | | | | |
| **Cel szczegółowy komunikacji** | **Nazwa działania komunikacyjnego** | | **Adresaci (grupy docelowe)** | | **Środki przekazu** | | **Wskaźniki realizacji wraz z wartościami (standard minimum)** | | **Planowane efekty działań komunikacyjnych** |
| Rozpowszechnianie informacji o LSR (cele, przedsięwzięcia, możliwości wsparcia) i/lub działalności LGD | Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR na lata 2016 – 2023 | | Mieszkańcy obszaru LSR (wszyscy) | | Prowadzenie strony internetowej LGD [www.krajna-paluki.cna.org.pl](http://www.krajna-paluki.cna.org.pl) | | Liczba artykułów zamieszonych na stronie internetowej LGD – min. 10 artykułów/rok | | Liczba poinformowanych o zasadach realizacji LSR i/lub działalności LGD za pośrednictwem strony www - min. 10 000 odwiedzin strony/ rok  (weryfikacja na podstawie wydruku z panelu administratora www - kolumna odwiedzający) |
| e-newsletter | | min. 6 wydań e-newslettera /rok | | Liczba poinformowanych o zasadach realizacji LSR i/lub działalności LGD za pośrednictwem e-newslettera - min. 20 subskrybentów do których wysyłano e-newsletter (weryfikacja na podstawie wydruku z panelu administratora) |
| Artykuły w lokalnej prasie | | min. 12 artykułów/rok | | Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i/lub działalności LGD za pośrednictwem prasy – min. 500 osób/artykuł (Źródło weryfikacji – oświadczenie o wielkości nakładu gazety i/lub umowa z Wydawcą) |
| Spoty w lokalnym Radio NAKŁO | | min. 6 spotów/rok | | 6 akcji informacyjnych dla radiosłuchaczy w 5-ciu powtórzeniach w każdym roku (źródło weryfikacji: plan emisji spotów) |
| Spotkania informacyjno – konsultacyjne otwarte | | **Liczba spotkań informacyjno - konsultacyjnych otwartych** – min. 1 spotkanie w każdej z 5 gmin obszaru LSR/ rok  **Liczba osób uczestniczących w spotkaniach informacyjno – konsultacyjnych otwartych** - min. 1 spotkanie w każdej z 5 gmin obszaru LSR/ rok x 20 osób | | Liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD – 80%, tj. ogólny poziom zadowolenia z udziału w spotkaniu dobry lub bardzo dobry  (źródło weryfikacji: podsumowanie przeprowadzonego badania ankietowego wśród uczestników) |
| Spotkania informacyjno – konsultacyjne branżowe (organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, sektor publiczny, itp.) | | **Liczba spotkań informacyjno - konsultacyjnych branżowych** – min. 3 spotkania/ rok  **Liczba osób uczestniczących w spotkaniach informacyjno – konsultacyjnych branżowych** - min. 3 spotkania x 12 osób/rok | | Liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD – 80%, tj. ogólny poziom zadowolenia z udziału w spotkaniu dobry lub bardzo dobry  (źródło weryfikacji: podsumowanie przeprowadzonego badania ankietowego wśród uczestników) |
| Organizacja punktów informacyjno – promocyjnych LGD podczas wydarzeń na obszarze LSR | | min. 5 punktów/rok, min 50 osób odwiedzających stoisko | | Liczba osób poinformowanych o założeniach LSR i/lub działalności LGD – min 50 osób odwiedzających stoisko (źródło weryfikacji: rejestr wydanych materiałów informacyjnych, gadżetów, itp.) |
| Grupy defaworyzowane: osoby starsze oraz organizacje i instytucje działające na rzecz osób starszych | | Dotarcie do grupy wskazanej w LSR jako defaworyzowana poprzez spotkania z organizacjami i instytucjami wspierającymi te grupy na co dzień tj.   * Koła Gospodyń Wiejskich i inne NGO oraz instytucje działające na rzecz osób starszych * Uniwersytety Trzeciego Wieku (UTW) | | min. 1 spotkanie/rok w każdej z 5-ciu gmin x min. 20 osób | | Liczba osób, które zapoznały się z możliwością wsparcia inicjatyw na rzecz osób starszych w ramach LSR – min. 100 osób/rok (źródło weryfikacji – listy obecności) |
| Mieszkańcy obszaru LSR, w tym grupa defaworyzowana  ze względu na dostęp do rynku pracy | | Ulotka informacyjna dystrybuowana za pośrednictwem Urzędu Pracy, OPS, PCPR, | | Format A5 nakład 500 egz./aktualizacja min. raz na rok | | Liczba odbiorców informacji w zakresie wsparcia w ramach LSR grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy - min. 500 odbiorców/rok (źródło weryfikacji: rejestr dystrybucji ulotki informacyjnej, dystrybucja za pośrednictwem Urzędu Pracy, OPS, PCPR) |
| Rozpowszechnianie informacji o szczegółowych zasadach przyznania pomocy w ramach Przedsięwzięć LSR | „Od pomysłu do projektu” – szkolenia, warsztaty i doradztwo dla potencjalnych projektodawców na temat zasad przyznawania pomocy jak również tworzenia projektów w ramach LSR | | Potencjalni wnioskodawcy w ramach LSR, w tym grupy defaworyzowane ze względu na dostęp do rynku pracy | | Szkolenia na temat zasad przyznawania i/lub rozliczania pomocy (w tym wypełniania wniosków o dofinansowanie i wniosków o płatność)  *Na zakończenie szkolenia każdorazowo zebrana zostanie od uczestników informacja zwrotna na temat udzielonego wsparcia w postaci anonimowej ankiety oceny szkolenia.* | | min. 5 szkoleń x 10 osób/rok | | Liczba osób, poinformowanych o zasadach ubiegania się o przyznanie pomocy i/lub rozliczania pomocy – min. 50 osób/rok (źródło weryfikacji – listy obecności) |
| Warsztaty na temat reguł i zasad budowania projektów oraz zarządzania nimi  *Na zakończenie warsztatów każdorazowo zebrana zostanie od uczestników informacja zwrotna na temat udzielonego wsparcia w postaci anonimowej ankiety oceny szkolenia.* | | min. 1 cykl warsztatów x min.10 osób/rok | | Liczba osób, które nabyły umiejętności budowania projektów i zarzadzania nimi – min. 10 osób/rok (źródło weryfikacji: rejestr wydanych zaświadczeń LGD) |
| Punkt informacyjno – doradczy w biurze LGD | | **liczba udzielonych usług doradczych -**  min. 80 usług/rok  Klasyfikacja usług zgodnie z opisem dokumentu „Zasady udzielania oraz sposób pomiaru oraz metody oceny jakości i efektywności doradztwa świadczonego w Biurze LGD „Partnerstwo dla Krajny i Pałuk” (procedura wewnętrzna) stanowiącym załącznik do Regulaminu Biura LGD | | Liczba zadowolonych z udzielonego doradztwa – min. 60% (tj. doradztwo spełniło oczekiwania korzystającego w stopniu bardzo dobrym lub dobrym).  (Źródło weryfikacji: raport z badania ankietowego oceniającego jakość doradztwa świadczonego przez LGD opracowywany przez Zarząd LGD) |
| Rozpowszechnianie informacji o stanie realizacji LSR, w tym o stopniu osiąganych celów i wskaźników | Kampania informacyjna na temat głównych efektów realizacji LSR | | Członkowie i partnerzy LGD | | spotkanie podsumowujące rok | | min. 1 spotkanie/rok x min. 50 osób | | Liczba osób poinformowanych o efektach realizacji LSR – min. 50 osób/rok (źródło weryfikacji: lista obecności) |
| Mieszkańcy obszaru LSR | | Biuletyn informacyjny LGD | | min. 1 wydanie/rok  (wersja papierowa) | | Liczba odbiorców informacji o efektach wdrażania LSR min. 150 odbiorców  1 wydania biuletynu (źródło weryfikacji: rejestr dystrybucji biuletynu – dystrybucja za pośrednictwem biura LGD, lokalnych samorządów, organizacji i instytucji współpracujących z LGD) |
| Aktywizowanie środowisk lokalnych do podejmowania inicjatyw w ramach LSR | „Młodzi aktywni dla siebie i regionu” - kampania informacyjno – promocyjna wśród młodzieży – generowanie pomysłów na inicjatywy młodzieżowe w ramach LSR | | Grupa defaworyzowana:  Dzieci i młodzież obszaru LSR oraz organizacje i instytucje działające na rzecz dzieci i młodzieży | | Forum inicjatyw młodzieżowych, w tym Plebiscyt „Młody talent Krajny i Pałuk” | | min. 1 spotkanie x min. 50 osób/rok | | Liczba osób poinformowanych o możliwości wsparcia inicjatyw młodzieżowych w ramach LSR – min. 50 osób/rok (źródło weryfikacji: lista obecności) |
| „Lepszy przykład niż wykład” – generowanie pomysłów na lokalne inicjatyw poprzez upowszechnianie dobrych praktyk | | Przedstawiciele lokalnych NGO oraz lokalni liderzy obszaru LSR (w tym: sołtysi, radni gmin i powiatu, oraz wiodących instytucji publicznych), | | Wyjazd studyjny poza obszar LSR | | min. 1 wyjazd x min. 25 osób/rok | | Liczba osób, które zapoznały się z dobrymi praktykami inicjatyw zrealizowanych lub realizowanych na innych obszarach –  min. 25 osób/rok (źródło weryfikacji: lista obecności) |
| Forum inicjatyw lokalnych i organizacji pozarządowych obszaru LSR | | min. 1 spotkanie x min. 20 organizacji/rok | | Liczba organizacji uczestniczących w wydarzeniu z zakresu upowszechniania dobrych praktyk – min. 20 organizacji/rok (źródło weryfikacji: lista obecności) |
| Tworzenie płaszczyzny współpracy głównych instytucji i organizacji zajmujących się beneficjentami z obszaru wykluczenia społecznego. | Cykl spotkań z organizacjami i instytucjami rynku pracy, pomocy społecznej i bezpieczeństwa publicznego | | Instytucje i organizacje działające na rzecz grupy defaworyzowanej tj.:   * grupy defaworyzowanej ze względu na dostęp do rynku pracy, i/lub * osoby zagrożone wykluczeniem społecznym | | Spotkania robocze z przedstawicielami instytucji i organizacji działającymi na rzecz grupy defaworyzowanej m.in. PCPR, OPS, Urząd Pracy, OWES, Policja, Biura Porad Obywatelskich, Młodzieżowego Ośrodka Wychowawczego, lokalnych samorządów i innych organizacji/instytucji mającymi potencjalnie najczęstszy kontakt ze wskazaną grupą defaworyzowaną. | | min. 1 spotkanie x min. 5 podmiotów/rok | | Liczba podmiotów uczestniczących w spotkaniach dot. współpracy głównych instytucji i organizacji zajmujących się beneficjentami z obszaru wykluczenia społecznego i rynku pracy – min. 5 podmiotów/rok (źródło weryfikacji: lista obecności) |
| Przekazanie informacji na temat możliwości wsparcia lokalnej przedsiębiorczości i tworzenia miejsc pracy w ramach LSR | Forum Przedsiębiorców i Pracodawców Powiatu Nakielskiego | | Przedsiębiorcy i pracodawcy obszaru LSR, przedstawiciele szkół zawodowych oraz instytucje otoczenia biznesu i samorząd lokalny | | Doroczne spotkanie tematyczne | | min. 1 forum x min. 50 osób/rok | | Liczba osób poinformowanych w zakresie możliwości wsparcia lokalnej przedsiębiorczości i tworzenia miejsc pracy w ramach LSR - min. 50 osób/rok (źródło weryfikacji – lista obecności) |
| Integrowanie środowisk zainteresowanych rozwijaniem i upowszechnianiem zasobów lokalnego dziedzictwa | Kampania informacyjno – promocyjna związana z rozwijaniem i upowszechnianiem zasobów lokalnego dziedzictwa | | Mieszkańcy obszaru LSR | | * regularne spotkania tematyczne dot. rozwijania turystyki, rekreacji i dziedzictwa kulturowego na obszarze LSR w ramach produktu turystycznego Ekomuzeum Doliny Noteci * wydawnictwa służące upowszechnianiu potencjału i dziedzictwa lokalnego obszaru LSR * akcje informacyjne i wydarzenia promocyjne dla mieszkańców | | min. 4 spotkania Ekomuzeum x min. 15 osób/rok | | min. 2 wspólne inicjatywy w ramach Ekomuzeum/rok (źródło weryfikacji: informacja z realizacji inicjatywy – opracowanie własne LGD) |
| min. 1 wydawnictwo tematyczne x 500 szt./rok | | Liczba odbiorców informacji nt. lokalnego dziedzictwa - min. 500 odbiorców/rok (źródło weryfikacji: rejestr dystrybucji wydawnictwa - dystrybucja za pośrednictwem biura LGD, lokalnych samorządów, organizacji i instytucji współpracujących z LGD) |
| organizacja dorocznego Konkursu Dziedzictwa Kulinarnego „Smaki Krajny i Pałuk” (finał konkursu nastąpi podczas wydarzenia plenerowego – min. 500 osób) | | Liczba odbiorców wydarzenia promocyjnego upowszechniającego lokalne dziedzictwo – min. 500 osób/rok (źródło weryfikacji: sprawozdanie z realizacji wydarzenia/karta rozliczenia zadania ) |
| Zebranie informacji na temat efektywności działalności LGD oraz realizacji LSR – analiza efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu | Badanie ewaluacyjne | | Mieszkańcy obszaru LSR w tym Beneficjenci realizujący operacje w ramach LSR, | | Badanie ewaluacyjne LSR i LGD ex-post zgodnie z procedurą dokonywania ewaluacji i monitoringu stanowiącą załącznik do LSR | | Badanie wykonane jednokrotnie w latach 2020-2022 przez niezależnego ewaluatora, tak aby była możliwość włączenia wyników badania do systemu LGD w kolejnym okresie programowania. | | Określenie ew. działań korygujących /naprawczych, rekomendacji czy zaleceń w odniesieniu do działalności LGD i/lub wdrażania LSR .  (Źródło weryfikacji: raport z badania ewaluacyjnego). |
| **Termin: I połowa 2023 r.** | | | | | | | | | |
| **Cel szczegółowy komunikacji** | **Nazwa działania komunikacyjnego** | | **Adresaci (grupy docelowe)** | | **Środki przekazu** | | **Wskaźniki realizacji wraz z wartościami (standard minimum)** | | **Planowane efekty działań komunikacyjnych** |
| Rozpowszechnianie informacji o działalności LGD | Kampania informacyjna w internecie | | Mieszkańcy obszaru LSR | | Prowadzenie strony internetowej LGD [www.krajna-paluki.cna.org.pl](http://www.krajna-paluki.cna.org.pl) | | Liczba artykułów zamieszonych na stronie internetowej LGD – min. 2 | | Liczba poinformowanych o działaniach prowadzonych przez LGD za pośrednictwem strony www - min. 100 odwiedzin strony  (weryfikacja na podstawie wydruku z panelu administratora www - kolumna odwiedzający) |
| Rozpowszechnianie informacji o szczegółowych zasadach rozliczenia projektów zrealizowanych w ramach LSR | Szkolenia i doradztwo na temat zasad sprawozdawczości i rozliczania operacji w ramach LSR | | Potencjalni wnioskodawcy w ramach poszczególnych przedsięwzięć LSR | | Szkolenia w zakresie Wniosków o płatność  *Na zakończenie szkolenia każdorazowo zebrana zostanie od uczestników informacja zwrotna na temat udzielonego wsparcia w postaci anonimowej ankiety oceny szkolenia.* | | min. 2 szkolenia x 15 osób | | Liczba osób poinformowanych w zakresie rozliczania pomocy – min. 15 osób x 2 szkolenia (źródło weryfikacji – lista obecności) |
| Punkt informacyjno – doradczy w biurze LGD | | **liczba udzielonych usług doradczych** – min. 15  Klasyfikacja usług zgodnie z opisem dokumentu „Zasady udzielania oraz sposób pomiaru oraz metody oceny jakości i efektywności doradztwa świadczonego w Biurze LGD „Partnerstwo dla Krajny i Pałuk” (procedura wewnętrzna) stanowiącym załącznik do Regulaminu Biura LGD | | Liczba osób zadowolonych z udzielonego doradztwa – min. 60% (tj. doradztwo spełniło oczekiwania korzystającego w stopniu bardzo dobrym lub dobrym).  (Źródło weryfikacji: raport z badania ankietowego oceniającego jakość doradztwa świadczonego przez LGD opracowywanego raz do roku przez Zarząd LGD) |
| Rozpowszechnianie informacji o stanie realizacji LSR, w tym o stopniu osiągniętych w okresie realizacji LSR celów i wskaźników | Kampania podsumowująca wdrażanie LSR | | Mieszkańcy obszaru LSR, w tym Wnioskodawcy, którzy realizowali projekty w ramach LSR | | Konferencja podsumowująca wdrażanie LSR  Raport podsumowujący wdrażanie LSR | | 1 konferencja x min. 50 osób  1 wydawnictwo (wersja elektroniczna i/lub papierowa) dla uczestników konferencji | | Liczba osób poinformowanych o stanie realizacji LSR – min. 50 uczestników konferencji (źródło weryfikacji: lista obecności wraz z potwierdzeniem odbioru wydawnictwa) |

1. **Główne (docelowe) efekty działań komunikacyjnych:**

W tabeli powyżej zawarto bezpośrednie efekty poszczególnych działań komunikacyjnych jednakże głównymi (docelowymi) efektami realizacji planu komunikacji będą:

* wzrost liczby aplikujących w ramach LSR,
* zwiększenie zaangażowania mieszkańców we wspólne inicjatywy poprzez wzrost aktywności lokalnych organizacji w szczególności na rzecz grup wskazanych w LSR jako defaworyzowane,

wzrost liczby mieszańców obszaru LSR posiadających wiedzę o inicjatywach realizowanych w ramach LSR,

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

Analiza efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu następować będzie poprzez:

* analizę raportu z badania ewaluacyjnego (zgodnie z procedurą dokonywania ewaluacji i monitoringu),
* analizę wyników ankiety oceny szkolenia/warsztatu/spotkania informacyjnego – każdorazowo po zakończeniu szkolenia/warsztatu/spotkania informacyjnego,
* analizę ankiet oceniających jakość świadczonego doradztwa przez pracowników biura LGD – minimum raz na rok,

Analizy efektów dokonuje Zarząd LGD na podstawie materiału przygotowanego przez Dyrektora biura LGD.

**Tryb korygowania:** W sytuacji gdy realizowane działania komunikacyjne nie przynoszą spodziewanych efektów Zarząd LGD wspólnie z Dyrektorem biura LGD po zasięgnięciu opinii mieszkańców obszaru LSR (min. 1 spotkanie konsultacyjne otwarte i/lub e-konsultacje) formułuje stosowne działania korygujące, które przedkłada następnie do właściwego organu Samorządu Województwa Kujawsko – Pomorskiego celem zatwierdzenia.

1. **Sposób wykorzystania w procesie realizacji LSR wniosków i opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych:**

Wnioski i opinie mieszkańców zebrane w trakcie prowadzenia działań komunikacyjnych (zwłaszcza wskazane w ankietach) mogą być wykorzystane m.in do.:

* podjęcia działań w zakresie usprawnienia procesu oceny i naboru wniosków,
* sformułowania zaleceń w celu poprawy efektywności pracy Biura LGD oraz jego organów (Zarząd, Rada),
* zmiany metod komunikacji w stosunku do określonych grup docelowych,
* sformułowania zaleceń co do aktualizacji LSR,

1. **Budżet przewidziany na działania komunikacyjne:**

Jak wspomniano powyżej za realizację planu komunikacji odpowiadać będą pracownicy biura LGD stąd też działania komunikacyjne w całości pokryte zostaną ze środków przeznaczonych w LSR na koszty bieżące i aktywizację/animację, których limit dla LSR zgodnie z formularzem budżetu wynosi **2 850 000** **zł,** w tym: **koszty bieżące** – 2 320 000,00 zł oraz **aktywizacja** – 530 000,00 zł.