

Harmonogram realizacji Planu komunikacji z lokalną społecznością w roku 2025

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki	Planowane efekty	Sposób i częstotliwość pomiaru efektywności	
I półrocze 2025	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR	Kampania informacyjna i medialna dotycząca głównych obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otwarcie działalności gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, JSFP NGO, lokalni liderzy	Informacje na stronie internetowej LGD	Liczba artykułów zamieszczonych na stronie www LGD – 0	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Monitoring oglądalności strony LGD	
				Informacje na stronach internetowych JST	Liczba artykułów zamieszczonych na stronach internetowych JST – 0	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Monitoring oglądalności stron JST	
	Poinformowanie mieszkańców obszaru LGD, potencjalnych wnioskodawców, o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji, na których realizację będzie można otrzymać wsparcie	Kampania informacyjna i medialna dotycząca głównych założeń LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otwarcie działalności gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, JSFP NGO,	Artykuły w prasie lokalnej	Liczba opublikowanych artykułów – 0	Wzrost poziomu wiedzy mieszkańców obszaru LGD nt. LSR, jej głównych celów, zasad, przyznawania pomocy oraz typów operacji, na których realizację będzie można otrzymać wsparcie.	Bieżąca analiza prowadzonych działań.	
				Artykuły na stronie www LGD oraz gmin należących do LGD	Liczba zamieszczonych artykułów – 2			Monitoring oglądalności strony LGD
				Informacje na portalach społecznościowych	Liczba zamieszczonych wpisów – 2			

	oraz stosowanych procedurach		lokalni liderzy	Newsletter (Kontynuacja wysyłki newslettera)	Liczba emisji newslettera –3 Liczba odbiorców newslettera – 40		Bieżąca analiza prowadzonych działań
				Ulotki/plakaty informacyjne dystrybuowane na obszarze LGD	Liczba rozdanych ulotek – 0		
				Przekazanie informacji do Lokalnego Punktu Informacyjnego UE	Bieżące przekazywanie informacji		Bieżąca analiza prowadzonych działań
				Otwarte spotkania informacyjno-konsultacyjne z przedstawicielami grup docelowych działań komunikacyjnych, m.in.: na terenie gmin LGD oraz w PUP	Liczba zorganizowanych spotkań – 1  Liczba osób uczestniczących w spotkaniach informacyjno - konsultacyjnych – 10		Bieżąca analiza prowadzonych działań
				Stoiska promocyjne podczas lokalnych imprez, w tym targach pracy	Liczba stoisk promocyjnych podczas lokalnych imprez – 0		Bieżąca analiza prowadzonych działań
				Doradztwo indywidualne - funkcjonowanie Lokalnego Punktu Informacyjno - Doradczego LSR w Biurze LGD Doradztwo indywidualne - funkcjonowanie Mobilnego Punktu Informacyjno - Doradczego LSR – na terenie gmin	Liczba osób korzystających z usług doradztwa Lokalnego Punktu Informacyjno – Doradczego LSR w Biurze LGD –10  Liczba osób korzystających z usług doradztwa Mobilnego Punktu Informacyjno - Doradczego – 12		Bieżące przeprowadzanie ankiet, weryfikacja kart doradztwa
I półrocze 2025	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców z obszaru LGD o planowanych konkursach i innych działaniach	Kampania informacyjno-promocyjna prowadzona przez Biuro LGD dotycząca naboru	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otwarcie	Artykuły na stronie www LGD i gmin należących do LGD	Liczba zamieszczonych artykułów – 3	Wzrost poziomu wiedzy mieszkańców obszaru nt. planowanych konkursów i innych działań podejmowanych przez LGD oraz zwiększenie zaangażowania mieszkańców	Bieżąca analiza odslon
				Informacje na portalach społecznościowych	Liczba zamieszczonych wpisów – 2		Bieżąca analiza wpisów i statystyk
				Zadania wspierające aktywizację i włączenie społeczne seniorów i ludzi	Liczba zadań – 0		Bieżące przeprowadzanie ankiet

	podejmowanych przez LGD.	wniosków o dofinansowanie operacji, projektów i grantów, rozliczenia otrzymanego wsparcia, zastosowania kryterium innowacyjności.	działalności gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, JSFP NGO, lokalni liderzy	młodych ( np. wykłady tematyczne, warsztaty, konkursy, imprezy, itp.) Informacja na tablicach informacyjnych, słupach ogłoszeń w sołectwach oraz w siedzibach instytucji publicznych(UG,PUP) – ulotki/plakaty	Liczba wywieszonych informacji – 4	w działalność LGD, promocja dobrych praktyk LGD.	Bieżąca analiza prowadzonych działań
I półrocze 2025	Poinformowanie mieszkańców/potencjalnych wnioskodawców obszaru LGD o ogłoszonym konkursie i terminach przyjmowania wniosków	Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otwarcie działalności gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, JSFP NGO, lokalni liderzy	Artykuły na stronie www LGD oraz gmin należących do LGD	Liczba opublikowanych artykułów – 4	Dotarcie i poinformowanie jak największej liczby potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji.  Wzrost poziomu wiedzy mieszkańców obszaru nt. ogłoszonych konkursów.  Wzrost aktywności społecznej mieszkańców LGD w zakresie aplikowania o środki w ramach budżetu LSR.	Bieżąca analiza prowadzonych działań
				Informacje na portalach społecznościowych dla każdego ogłoszonego konkursu	Liczba zamieszczonych wpisów – 3		Bieżąca analiza statystyk i wpisów na portalach internetowych
				Ogłoszenia o każdym konkursie na tablicach informacyjnych, słupach ogłoszeń w siedzibach instytucji publicznych (UG,PUP)	Liczba wywieszonych ogłoszeń – 2		Bieżąca analiza prowadzonych działań
				Mailing przed każdym ogłoszonym konkursem	Liczba rozesłanych e-maili – 30		
	Informowanie o zasadach rozliczania i realizacji projektów	Kampania informacyjna nt. zasad rozliczania i realizacji projektów	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otwarcie działalności gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej	Ogłoszenia na stronie www LGD oraz gmin należących do LGD	Liczba zamieszczonych artykułów – 1	Podniesienie wiedzy mieszkańców obszaru LGD nt. zasad rozliczania i realizacji projektów.	Monitoring oglądalności strony LGD i gmin
				Informacje na portalach społecznościowych	Liczba zamieszczonych informacji – 1		Bieżąca analiza wpisów na portalach internetowych
Szkolenia dla beneficjentów z możliwością spotkania				Liczba szkoleń – 1 Liczba uczestników szkoleń – 7	Bieżąca weryfikacja list obecności		

			sytuacji, JSFP NGO, lokalni liderzy.	online na platformach komunikacyjnych (takich jak ZOOM, MEET)			
				Materiały szkoleniowe w wersji drukowanej i elektronicznej	Liczba rozdyskutowanych kompletów materiałów szkoleniowych – 7		Bieżąca analiza prowadzonych działań
				Ankiety wypełniane przez uczestników szkoleń	Liczba wypełnionych ankiet – 7	Uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji Wnioskodawców ze wsparcia LGD w zakresie zasad rozliczania i realizacji projektów.	Analiza ankiet po zakończeniu realizacji spotkania
I półrocze 2025	Poinformowanie o wynikach konkursu	Kampania informacyjna	Wszyscy wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otwarcie działalności gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, JSFP NGO, lokalni liderzy.	Artykuł na stronie www LGD dla każdego konkursu	Liczba opublikowanych artykułów – 2	Wzrost poziomu wiedzy mieszkańców i wnioskodawców o wynikach konkursu.	Analiza liczby odsłon każdego artykułu
	Pozyskanie informacji zwrotnej/opinii nt. jakości działań podejmowanych przez LGD i usług doradczych świadczonych przez LGD.	Badanie satysfakcji i jakości oferowanego przez LGD wsparcia	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otwarcie działalności gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, JSFP NGO, lokalni liderzy	Ankiety wypełnianie przez wnioskodawców, beneficjentów, uczestników spotkań, szkoleń, doradztwa	Liczba wypełnionych ankiet – 15	Uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji wnioskodawców z jakości działań i usług świadczonych przez LGD.	Bieżące przeprowadzanie i analiza ankiet i wywiadów
				Ankiety elektroniczne wysłane do beneficjentów spotkań, i doradztwa	Liczba wypełnionych ankiet – 0		
				Ankiety on-line dla beneficjentów spotkań, szkoleń i doradztwa	Liczba opracowanych ankiet on-line – 1		
				Wywiady z pracownikami Biura LGD	Liczba przeprowadzonych wywiadów – 1		
Wywiady z mieszkańcami obszaru przy okazji	Liczba przeprowadzonych wywiadów – 5						

				organizowanych przez poszczególne gminy imprez i wydarzeń			
				Publikacja raportów z monitoringu i ewaluacji działań komunikacyjnych	Liczba opublikowanych raportów z monitoringu – 1 Liczba opublikowanych raportów z ewaluacji – 0		Bieżąca analiza prowadzonych działań
I półrocze 2025	Poinformowanie o zmianach w LSR dotyczących np. zmiany kryteriów oceny	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca zmian w LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otwarcie działalności gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, JSFP NGO, lokalni liderzy.	Artykuł na stronie www LGD	Liczba opublikowanych artykułów -1artykuł w odniesieniu do każdej wprowadzanej zmiany	Podniesienie wiedzy mieszkańców obszaru LGD na temat LSR.	Bieżąca analiza prowadzonych działań
				Spotkanie konsultacyjne dot. zmian wprowadzanych w LSR, z możliwością spotkania online na platformach komunikacyjnych (takich jak ZOOM, MEET)	Liczba spotkań - 1 spotkanie w odniesieniu do każdej zmiany LSR		
	Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych efektów LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otwarcie działalności gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, JSFP NGO, lokalni liderzy.	Informacja na stronie internetowej LGD podsumowujące każdy rok realizacji LSR	Liczba artykułów na stronie internetowej – 0	Podniesienie wiedzy mieszkańców obszaru LGD nt. efektów wdrażania LSR.	Bieżąca analiza prowadzonych działań bieżąca analiza statystyk i wpisów na portalach
				Informacja w mediach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym podsumowujące każdy rok realizacji LSR	Liczba artykułów w mediach – 0		
				Otwarte spotkanie informacyjne	Liczba spotkań – 0 Liczba uczestników spotkania – 0		

I półrocze 2025	Komunikacja bieżąca Biura LGD z Zarządem i Radą  Sprawne Zarządzania realizacją LSR	Komunikacja wewnętrzna	Pracownicy Biura LGD	Spotkania informacyjne Zarządu i Rady Programowej, w tym z możliwością spotkania online na platformach komunikacyjnych (takich jak ZOOM, MEET)	Liczba spotkań informacyjnych z Zarządem i Radą – 0	Monitoring spotkań, uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satisfakcji pracowników Biura LGD, Członków Rady Programowej i Zarządu z systemu komunikacji i współpracy.	Bieżące analiza prowadzonych działań, analiza ankiet i wywiadów
II półrocze 2025	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR	Kampania informacyjna i medialna dotycząca głównych obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otworenie działalności gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, JSFP NGO, lokalni liderzy	Informacje na stronie internetowej LGD	Liczba artykułów zamieszczonych na stronie www LGD – 1	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Monitoring oglądalności strony LGD
				Informacje na stronach internetowych JST	Liczba artykułów zamieszczonych na stronach internetowych JST – 1	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Monitoring oglądalności stron JST
	Poinformowanie mieszkańców obszaru LGD, potencjalnych wnioskodawców, o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji, na których realizację będzie można otrzymać wsparcie oraz stosowanych	Kampania informacyjna i medialna dotycząca głównych założeń LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otworenie działalności gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, JSFP NGO,	Artykuły w prasie lokalnej	Liczba opublikowanych artykułów – 1	Wzrost poziomu wiedzy mieszkańców obszaru LGD nt. LSR, jej głównych celów, zasad, przyznawania pomocy oraz typów operacji, na których realizację będzie można otrzymać wsparcie.	Bieżąca analiza prowadzonych działań.
				Artykuły na stronie www LGD oraz gmin należących do LGD	Liczba zamieszczonych artykułów – 2		Monitoring oglądalności strony LGD
Informacje na portalach społecznościowych				Liczba zamieszczonych wpisów – 2	Bieżące śledzenie statystyk odwiedzin i komentarzy wpisów na portalach		
Newsletter	Liczba emisji newslettera – 2	Bieżąca analiza					

	procedurach		lokalni liderzy	(Kontynuacja wysyłki newslettera)	Liczba odbiorców newslettera – 30		prowadzonych działań
				Ulotki/plakaty informacyjne dystrybuowane na obszarze LGD	Liczba rozdanych ulotek – 100		Bieżąca analiza prowadzonych działań
				Przekazanie informacji do Lokalnego Punktu Informacyjnego UE	Bieżące przekazywanie informacji		Bieżąca analiza prowadzonych działań
				Otwarte spotkania informacyjno-konsultacyjne z przedstawicielami grup docelowych działań komunikacyjnych, m.in.: na terenie gmin LGD oraz w PUP	Liczba zorganizowanych spotkań – 0  Liczba osób uczestniczących w spotkaniach informacyjno - konsultacyjnych – 0		Bieżąca analiza prowadzonych działań
				Stoiska promocyjne podczas lokalnych imprez, w tym targach pracy	Liczba stoisk promocyjnych podczas lokalnych imprez – 2		Bieżąca analiza prowadzonych działań
				Doradztwo indywidualne - funkcjonowanie Lokalnego Punktu Informacyjno - Doradczego LSR w Biurze LGD Doradztwo indywidualne - funkcjonowanie Mobilnego Punktu Informacyjno - Doradczego LSR – na terenie gmin	Liczba osób korzystających z usług doradztwa Lokalnego Punktu Informacyjno - Doradczego LSR w Biurze LGD – 10  Liczba osób korzystających z usług doradztwa Mobilnego Punktu Informacyjno - Doradczego – 12		Bieżące przeprowadzanie ankiet, weryfikacja kart doradztwa
II półrocze 2025	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców z obszaru LGD o planowanych konkursach i innych działaniach podejmowanych	Kampania informacyjno-promocyjna prowadzona przez Biuro LGD dotycząca naboru wniosków o	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otwarcie działalności	Artykuły na stronie www LGD i gmin należących do LGD	Liczba zamieszczonych artykułów – 2	Wzrost poziomu wiedzy mieszkańców obszaru nt. planowanych konkursów i innych działań podejmowanych przez LGD oraz zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD, promocja	Bieżąca analiza odsłon
				Informacje na portalach społecznościowych	Liczba zamieszczonych wpisów – 1		Bieżąca analiza wpisów i statystyk
				Zadania wspierające aktywizację i włączenie społeczne seniorów i ludzi młodych ( np. wykłady	Liczba zadań – 2		Bieżące przeprowadzanie ankiet

	przez LGD.	dofinansowanie operacji, projektów i grantów, rozliczenia otrzymanego wsparcia, zastosowania kryterium innowacyjności.	gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, JSFP NGO, lokalni liderzy	tematyczne, warsztaty, konkursy, imprezy, itp.) Informacja na tablicach informacyjnych, słupach ogłoszeń w sołectwach oraz w siedzibach instytucji publicznych(UG,PUP) – ulotki/plakaty	Liczba wywieszonych informacji – 2	dobrych praktyk LGD.	Bieżąca analiza prowadzonych działań
II półrocze 2025	Poinformowanie mieszkańców/potencjalnych wnioskodawców obszaru LGD o ogłoszonym konkursie i terminach przyjmowania wniosków	Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otwarcie działalności gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, JSFP NGO, lokalni liderzy	Artykuły na stronie www LGD oraz gmin należących do LGD	Liczba opublikowanych artykułów – 3	Dotarcie i poinformowanie jak największej liczby potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji.  Wzrost poziomu wiedzy mieszkańców obszaru nt. ogłoszonych konkursów.  Wzrost aktywności społecznej mieszkańców LGD w zakresie aplikowania o środki w ramach budżetu LSR.	Bieżąca analiza prowadzonych działań
				Informacje na portalach społecznościowych dla każdego ogłoszonego konkursu	Liczba zamieszczonych wpisów – 2		Bieżąca analiza statystyk i wpisów na portalach internetowych
				Ogłoszenia o każdym konkursie na tablicach informacyjnych, słupach ogłoszeń w siedzibach instytucji publicznych (UG,PUP)	Liczba wywieszonych ogłoszeń – 2		Bieżąca analiza prowadzonych działań
				Mailing przed każdym ogłoszonym konkursem	Liczba rozesłanych e-maili – 20		
II półrocze 2025	Informowanie o zasadach rozliczania i realizacji projektów	Kampania informacyjna nt. zasad rozliczania i realizacji projektów	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otwarcie działalności gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, JSFP NGO,	Ogłoszenia na stronie www LGD oraz gmin należących do LGD	Liczba zamieszczonych artykułów – 2	Podniesienie wiedzy mieszkańców obszaru LGD nt. zasad rozliczania i realizacji projektów.	Monitoring oglądalności strony LGD i gmin
				Informacje na portalach społecznościowych	Liczba zamieszczonych informacji – 1		Bieżąca analiza wpisów na portalach internetowych
				Szkolenia dla beneficjentów z możliwością spotkania online na platformach komunikacyjnych (takich jak	Liczba szkoleń – 1 Liczba uczestników szkoleń – 7		Bieżące weryfikacja list obecności



			lokalni liderzy.	ZOOM, MEET)			
				Materiały szkoleniowe w wersji drukowanej i elektronicznej	Liczba rozdystrybuowanych kompletów materiałów szkoleniowych – 7		Bieżąca analiza prowadzonych działań
				Ankiety wypełniane przez uczestników szkoleń	Liczba wypełnionych ankiet – 7	Uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji Wnioskodawców ze wsparcia LGD w zakresie zasad rozliczania i realizacji projektów.	Analiza ankiet po zakończeniu realizacji spotkania
<b>II półrocze 2025</b>	Poinformowanie o wynikach konkursu	Kampania informacyjna	Wszyscy wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otwarcie działalności gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, JSFP NGO, lokalni liderzy.	Artykuł na stronie www LGD dla każdego konkursu	Liczba opublikowanych artykułów – 3	Wzrost poziomu wiedzy mieszkańców i wnioskodawców o wynikach konkursu.	Analiza liczby odsłon każdego artykułu
<b>II półrocze 2025</b>	Pozyskanie informacji zwrotnej/opinii nt. jakości działań podejmowanych przez LGD i usług doradczych świadczonych przez LGD.	Badanie satysfakcji i jakości oferowanego przez LGD wsparcia	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otwarcie działalności gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, JSFP NGO, lokalni liderzy	Ankiety wypełnianie przez wnioskodawców, beneficjentów, uczestników spotkań, szkoleń, doradztwa	Liczba wypełnionych ankiet – 20	Uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji wnioskodawców z jakości działań i usług świadczonych przez LGD.	Bieżące przeprowadzanie i analiza ankiet i wywiadów
				Ankiety elektroniczne wysłane do beneficjentów spotkań, i doradztwa	Liczba wypełnionych ankiet – 20		
				Ankiety on-line dla beneficjentów spotkań, szkoleń i doradztwa	Liczba opracowanych ankiet on-line – 1		
				Wywiady z pracownikami Biura LGD	Liczba przeprowadzonych wywiadów – 0		
				Wywiady z mieszkańcami obszaru przy okazji organizowanych przez poszczególne gminy imprez	Liczba przeprowadzonych wywiadów – 5		

				i wydarzeń			Bieżąca analiza prowadzonych działań
				Publikacja raportów z monitoringu i ewaluacji działań komunikacyjnych	Liczba opublikowanych raportów z monitoringu – 0 Liczba opublikowanych raportów z ewaluacji – 1		
II półrocze 2025	Poinformowanie o zmianach w LSR dotyczących np. zmiany kryteriów oceny	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca zmian w LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otwarcie działalności gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, JSFP NGO, lokalni liderzy.	Artykuł na stronie www LGD	Liczba opublikowanych artykułów -1artykuł w odniesieniu do każdej wprowadzanej zmiany	Podniesienie wiedzy mieszkańców obszaru LGD na temat LSR.	Bieżąca analiza prowadzonych działań
				Spotkanie konsultacyjne dot. zmian wprowadzanych w LSR, z możliwością spotkania online na platformach komunikacyjnych (takich jak ZOOM, MEET)	Liczba spotkań - 1 spotkanie w odniesieniu do każdej zmiany LSR		
II półrocze 2025	Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych efektów LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy oraz grantobiorcy w szczególności: osoby planujące otwarcie działalności gospodarczej, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, JSFP NGO, lokalni liderzy.	Informacja na stronie internetowej LGD podsumowujące każdy rok realizacji LSR	Liczba artykułów na stronie internetowej – 1	Podniesienie wiedzy mieszkańców obszaru LGD nt. efektów wdrażania LSR.	Bieżąca analiza prowadzonych działań bieżąca analiza statystyk i wpisów na portalach
				Informacja w mediach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym podsumowujące każdy rok realizacji LSR	Liczba artykułów w mediach – 1		
				Otwarte spotkanie informacyjne	Liczba spotkań – 0 Liczba uczestników spotkania – 0		Przeprowadzenie ankiety podczas spotkań

<p><b>II półrocze 2025</b></p>	<p>Komunikacja bieżąca Biura LGD z Zarządem i Radą Sprawne Zarządzania realizacją LSR</p>	<p>Komunikacja wewnętrzna</p>	<p>Pracownicy Biura LGD</p>	<p>Spotkania informacyjne Zarządu i Rady Programowej, w tym z możliwością spotkania online na platformach komunikacyjnych (takich jak ZOOM, MEET)</p>	<p>Liczba spotkań informacyjnych z Zarządem i Radą – 1</p>	<p>Monitoring spotkań, uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satisfakcji pracowników Biura LGD, Członków Rady Programowej i Zarządu z systemu komunikacji i współpracy.</p>	<p>Bieżące analiza prowadzonych działań, analiza ankiet i wywiadów</p>
--	---	-----------------------------------	-----------------------------	---	--	--	--