

Załącznik nr 3 do Planu nr 15 do Umowy nr 00012-6P33-
UM0220012/15 z dnia 19.05.2016 r.
Załącznik nr 4 do Planu nr 15 do Umowy nr 00012-6P33-
UM0220012/15 z dnia 19.05.2016 r.

6.3.4. Procedura zmiany kryteriów wyboru projektów

Dopuszcza się możliwość zmiany kryteriów wyboru operacji, zarówno dla projektów indywidualnych w ramach wniosków składanych przez beneficjentów innych niż LGD jak i projektów grantowych w związku z następującymi przyczynami:

- Zmianą uwarunkowań społeczno-gospodarczych obszaru LGD
- Kłopotami związanymi z oceną wniosków, wynikającymi z przyjętych kryteriów oceny, zgłaszanymi przez Radę LGD
- Problemami z osiągnięciem wskaźników założonych w LSR

Z wnioskiem do Zarządu LGD o zmianę kryteriów wyboru operacji może zgłosić się:

- Rada LGD
- Komisja Rewizyjna LGD
- Zarząd LGD (z własnej inicjatywy)
- Członkowie LGD (grupa licząca co najmniej tyle osób ile zasiada w Radzie LGD)

W przypadku pozytywnego rozpatrzenia wniosku, Zarząd LGD zgłasza zmiany kryteriów wyboru operacji do Samorządu Województwa Kujawsko-Pomorskiego w celu uzyskania ich pisemnej akceptacji. Zmienione kryteria obowiązują dla konkursów ogłoszonych po przyjęciu uchwały przez Zarząd LGD oraz po akceptacji przez Samorząd Województwa.

Każda zmiana kryteriów wyboru operacji będzie konsultowana z lokalną społecznością, poprzez zamieszczenie propozycji zmian na stronie internetowej biura LGD. W terminie 5 dni od dnia opublikowania informacji wszystkie zainteresowane osoby będą mogły zgłosić swoje uwagi / sugestie do proponowanych zmian za pośrednictwem poczty elektronicznej bądź osobiście w biurze LGD.

7. Plan działań

Plan działań realizowanych w ramach LSR jest ściśle powiązany z logiką realizacji LSR opisaną w Rozdziale 5 Cele i wskaźniki.

Plan działań zawiera szczegółowe wskazanie harmonogramu osiągnięcia poszczególnych wskaźników produktu (w przedziałach czasowych) dla określonych w strategii przedsięwzięć, co w konsekwencji przełoży się na osiągnięcie celów. Ponadto prezentuje on podział środków finansowych na poszczególne przedsięwzięcia.

8. Budżet LSR

Budżet LSR został wyliczony w oparciu o Załącznik nr 6 do Regulaminu konkursu na wybór strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność.

Wysokość środków przeznaczonych na realizację LSR wynosi 2 057 700 EURO oraz 7 689 696,32 zł, z czego:

- 1 582 500 EURO oraz 7 689 696,32 zł przeznaczono na realizację LSR
- 22 500 EURO na współpracę
- 452 700 EURO na koszty bieżące i aktywizację

Szczegółowy budżet LSR znajduje się w Załącznik nr 4.

9. Plan komunikacji

Skuteczne i pełne zaangażowanie lokalnej społeczności we wdrażanie LSR wymaga zapewnienia odpowiednio dostosowanej do potrzeb komunikacji. Służy temu Plan Komunikacji będący załącznikiem do niniejszej Strategii. Plan ten określa główne cele działań komunikacyjnych, odpowiednie środki przekazu, a także identyfikuje adresatów poszczególnych działań (tzw. grupy docelowe).

Głównym celem Planu jest dostarczanie aktualnej i przejrzystej informacji o LSR, promowanie LSR, a zwłaszcza rozpowszechnianie wśród potencjalnych beneficjentów informacji o możliwościach pozyskania wsparcia. Wśród najważniejszych celów Plan wskazuje:

- Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR
- Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania, kryteriach oceny projektów oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR
- Uzyskiwanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy, np. w zakresie komunikacji interpersonalnej)
- Wspieranie potencjalnych beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków z budżetu LSR
- Aktywizowanie lokalnej społeczności do włączania się w realizację LSR poprzez aktywne uczestnictwo w realizowanych przedsięwzięciach
- Wspieranie i aktywizacja osób z grup defaworyzowanych
- Prezentowanie efektów wdrażania LSR

Powyższe cele będą realizowane za pomocą **działań komunikacyjnych**, takich jak: kampanie informacyjne, spotkania informacyjno – konsultacyjne nt. zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia, badania satysfakcji potencjalnych wnioskodawców i osób objętych wsparciem dla grup defaworyzowanych nt. jakości pomocy udzielanej przez LGD, animacja grup defaworyzowanych. Zakładane wskaźniki realizacji poszczególnych działań komunikacyjnych w latach 2016 – 2020 przedstawia poniższa tabela.

Tabela 43. Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych

Działania komunikacyjne	Wskaźniki
Kampanie informacyjne	<ul style="list-style-type: none"> • Liczba artykułów w prasie lokalnej: min. 13 • Liczba artykułów na stronach internetowych i portalach społecznościowych: min. 76 • Liczba ogłoszeń na tablicach: min. 57 • Liczba plakatów: min. 360 • Liczba biuletynów informacyjnych: min. 4100 • Liczba ulotek: 1300 • Liczba imprez: min. 42
Spotkania informacyjno – konsultacyjne nt. zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia	<ul style="list-style-type: none"> • Liczba spotkań: min. 21
Badania satysfakcji potencjalnych wnioskodawców i osób objętych wsparciem dla grup defaworyzowanych nt. jakości pomocy udzielanej przez LGD	<ul style="list-style-type: none"> • Liczba raportów ewaluacyjnych: min. 3 • Liczba sprawozdań: min. 2
Animacja grup defaworyzowanych	<ul style="list-style-type: none"> • Liczba warsztatów: min. 31

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Planu Komunikacji Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania „Podgrodzie Toruńskie”

Aby zapewnić jak najszerszy udział społeczności lokalnej we wdrażaniu LSR zidentyfikowano konkretne **grupy docelowe**, do których zostaną skierowane dobrane odpowiednio do potrzeb działania komunikacyjne i środki przekazu. Wskazano również specyficzne grupy odbiorców jakimi są osoby defaworyzowane z różnych przyczyn i przewidziano dla nich odrębne działania komunikacyjne.

Schemat 14. Grupy docelowe

Sektor społeczny	Sektor gospodarczy	Sektor publiczny	Sektor mieszkańców
<ul style="list-style-type: none"> • organizacje pozarządowe • kościoły i związki wyznaniowe 	<ul style="list-style-type: none"> • przedsiębiorcy • rolnicy • podmioty ekonomii społecznej 	<ul style="list-style-type: none"> • jednostki samorządu terytorialnego (jst) • jednostki organizacyjne jst 	<ul style="list-style-type: none"> • społeczność lokalna

Grupy defaworizowane
<ul style="list-style-type: none"> • osoby w wieku powyżej 50 lat • osoby oddalone od rynku pracy • kobiety (w tym osoby z trudnościami opiekuńczo-wychowawczymi) • osoby do 25 roku życia • osoby niepełnosprawne

Źródło: Plan Komunikacji Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania „Podgrodzie Toruńskie”

10. Zintegrowanie

10.1. Zgodność i komplementarność z innymi dokumentami planistycznymi i strategicznymi

Lokalna Strategia Rozwoju jest dokumentem spójnym z zasadami planowania oraz komplementarnym z innymi dokumentami strategicznymi. Zachowuje podejście zintegrowane do rozwoju danego obszaru, przestrzeni, miejsca i koncentrację na wspieraniu działań, zmierzających do wzmocnienia i wykorzystania wewnętrznych potencjałów rozwoju. Przyjęte kierunki i cele rozwojowe są zgodne z celami określonymi w dokumentach strategicznych, wskazanych w poniżej tabeli.

Tabela 44. Zgodność LSR z innymi dokumentami strategicznymi

Dokument strategiczny	Spójność celów i założeń dokumentu z celami i przedsięwzięciami LSR
Poziom krajowy	
Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020	PROW jest programem obligatoryjnym dla realizacji instrumentu RLKS. Podejście LEADER (instrument RLKS) realizuje cel szczegółowy 6B „wspieranie lokalnego rozwoju na obszarach wiejskich” w ramach priorytetu 6 „wspieranie włączenia społecznego, ograniczenia ubóstwa i rozwoju gospodarczego na obszarach wiejskich” poprzez wdrażanie lokalnych strategii rozwoju. LSR wykazuje spójność ze wskazanym celem szczegółowym poprzez następujące przedsięwzięcia: podejmowanie działalności gospodarczej; rozwój działalności gospodarczej; tworzenie i rozwój inkubatorów przetwórstwa lokalnego; zachowanie lokalnego dziedzictwa; budowa lub przebudowa infrastruktury rekreacyjnej, turystycznej lub kulturalnej; promocja obszaru, w tym lokalnych zasobów, tradycji i zwyczajów, produktów lub usług lokalnych.
Poziom regionalny	

