

Załącznik nr 2 do Umowy o mandatach  
i sponserie realizacji strategii rozwoju  
lokalnego kierowanego przez  
społeczność w UMO2-6572-UM022  
0005/23 z dnia 12.12.2023 r.

Załącznik nr 1 do Uchwały nr 2/VI/2023  
Zarządu Stowarzyszenia Lokalna Grupa  
Działania „Podgrodzie Toruńskie”  
z dnia 8 sierpnia 2023 r.

## PLAN KOMUNIKACJI STOWARZYSZENIA LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA „PODGRODZIE TORUŃSKIE” na lata 2023-2029

Plan komunikacji jest integralną częścią Lokalnej Strategii Rozwoju Lokalnej Grupy Działania „Podgrodzie Toruńskie” i zapewnia realizację działań komunikacyjnych, w celu prawidłowego i efektywnego wdrażania LSR. Warunkiem skutecznego i pełnego zaangażowania lokalnej społeczności w wykonanie LSR jest zapewnienie odpowiedniej i obustronnej komunikacji. Takie podejście pozwala na pozyskiwanie informacji zwrotnej i służy transparentności działań LGD, co jest istotne w budowaniu zaufania do LGD. Można to osiągnąć poprzez systematyczne aktywizowanie i tworzenie warunków do uczestnictwa mieszkańców w jej bieżącym wdrażaniu oraz kreowanie lokalnych liderów. Włączenie społeczności lokalnych w realizację LSR będzie mieć wymiar nie tylko edukacyjny, ale też przełoży się na lepszą jakość zgłaszanych do LGD operacji oraz podniesie poczucie odpowiedzialności i wpływu na rozwój zamieszkiwanego obszaru. Niniejszy Plan ma zapewnić nie tylko odpowiednie narzędzia komunikacyjne, ale również identyfikację bieżących problemów komunikacyjnych oraz zwiększyć zakres współpracy partnerskiej i poziom zaangażowania partnerów i interesariuszy LGD.

### Główne cele działań komunikacyjnych wynikające z przeprowadzonej analizy potrzeb/problemów komunikacyjnych

W celu prawidłowego określenia celów podejmowanych działań komunikacyjnych przeprowadzono wśród mieszkańców obszaru badanie ankietowe na temat potrzeb komunikacyjnych. Badania ankietowe zostały przeprowadzone podczas ośmiu spotkań konsultacji społecznych na terenie obszaru LSR. Otrzymano 112 ankiet. Z przeprowadzonej analizy wynika, że ankietowani chcą przede wszystkim otrzymywać informacje o naborach wniosków o dofinansowanie w ramach LSR (45%), organizowanych szkoleniach/warsztatach (30%) oraz imprezach/wydarzeniach informacyjno-promocyjnych (25%). Jednocześnie badani wskazywali, że informacje od LGD chcieliby otrzymywać poprzez stronę internetową LGD (50%), portale społecznościowe (40%) oraz w formie newslettera (11%). Z badania ankietowego wynika, że największym zainteresowaniem cieszą się spotkania informacyjne o możliwościach pozyskania dofinansowania (43%), szkolenia z wypełniania dokumentacji konkursowej (24%), konsultacje i porady indywidualne w biurze LGD (22%), a także szkolenia z rozliczania zawartych umów (11%). Podczas opracowania niniejszego Planu wzięto pod uwagę również wyniki diagnozy obszaru oraz analizy potrzeb i potencjału obszaru objętego Lokalną Strategią Rozwoju Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania „Podgrodzie Toruńskie”. Analiza ta pokazała, że wizerunek LGD wśród beneficjentów jest pozytywny, dlatego też należy kontynuować dotychczasowe działania informacyjno-promocyjne. Wskazano, że należy kontynuować dotychczasowe środki przekazu i formy promocji stowarzyszenia i LSR, jak również rozszerzyć promocję internetową, która w większym stopniu może dotrzeć do młodych osób. W oparciu o przeprowadzone analizy sporządzono niniejszy Plan Komunikacji. Jego nadrzędnym celem jest zapewnienie aktualnej i przejrzystej informacji o LSR oraz promowanie LSR na obszarze działania LGD „Podgrodzie Toruńskie”, a zwłaszcza rozpowszechnianie wśród potencjalnych beneficjentów informacji o możliwościach uzyskania wsparcia przewidzianego w Strategii.

Do najważniejszych celów komunikacji należy zaliczyć:

- 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
- 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 w niekorzystnej sytuacji
- Prezentowanie efektów wdrażania LSR

### **Działania komunikacyjne i odpowiadające im środki przekazu**

W ramach realizacji Planu Komunikacji założono podjęcie poniżej scharakteryzowanych działań i odpowiadających im środków przekazu, których różnorodność pozwoli dotrzeć do różnych grup docelowych. Działania komunikacyjne będą prowadzone poprzez dobranie odpowiednich narzędzi komunikacji stosownie do określonych grup docelowych. Zakładane działania będą kontynuacją działań dotychczas stosowanych ze względu na ich pozytywny efekt. Ponadto planuje się wprowadzenie do nich elementów atrakcyjnych, innowacyjnych i czytelnych dla konkretnych grup adresatów, np. zwiększenie wykorzystania nowoczesnych technologii komunikacyjnych.

Dodatkowo LGD stworzy bazę mailową lokalnych liderów m.in. sołtysów, radnych gmin, powiatu, województwa, instytucji kulturalnych i/lub edukacyjnych mających siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotek, domów kultury, teatrów, szkół, uniwersytetów trzeciego wieku itp. w celu informowania drogą mailową o konkursach, konsultacjach społecznych i wydarzeniach organizowanych przez LGD.

Funkcjonowanie strony internetowej LGD zgodnie ze stworzonym i przekazanym przez ZW interfejsem (layout) oraz bieżąca jej aktualizacja w ramach której:

- 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, o których mowa w standardzie zostaną zamieszczone na stronie startowej LGD lub istniejącej podstronie, do której bezpośredni dostęp (przekierowanie) będzie znajdowało się na stronie startowej LGD. Ważne jest, żeby użytkownikom łatwo było te informacje znaleźć;
- do ostatniego dnia czerwca każdego roku realizacji LSR zamieszczone zostanie roczne sprawozdanie z wdrażania LSR za poprzedni rok zawierające następujące informacje:
  - 1) Stan wdrażania LSR:
    - ✓ Lista projektów, które uzyskały wsparcie z budżetu LSR (podać wnioskodawcę, tytuł projektu, kwotę wsparcia, a w przypadku EFS+ miejsce realizacji projektu);
    - ✓ Informacja o przeprowadzonych przez LGD szkoleniach, spotkaniach informacyjnych, konsultacjach i doradztwie w związku z przeprowadzonymi naborami.
  - 2) Prowadzone przez LGD działania animacyjne (należy opisać wydarzenia zorganizowane przez LGD np. spotkania, warsztaty, festyny, targi, konkursy, targi, konferencje itp.) oraz projekty realizowane z innych środków niż budżet LSR.

Wartość wskaźnika realizacji wskazanego działania komunikacyjnego to jedna aktywna strona internetowa, prowadzona przez LGD, natomiast wartość planowanego efektu działania komunikacyjnego wynosi 10 000 odsłon/wyświetleń strony w ciągu roku kalendarzowego.

**Działanie: Kampanie informacyjne** – skierowane będą zarówno do całej lokalnej społeczności, jak i do poszczególnych grup potencjalnych beneficjentów. Ich celem będzie informowanie o konkursach, konsultacjach społecznych, wydarzeniach organizowanych przez LGD, upowszechnienie wiedzy o LSR, jej założeniach, celach i planowanych przedsięwzięciach, typach operacji objętych wsparciem z budżetu LSR i zasadach otrzymania dofinansowania, a także o efektach wdrażania Strategii.

**Środki przekazu:** artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych, ogłoszenia na tablicach informacyjnych, artykuły w lokalnej prasie, wydanie NEWSLETTERA, wewnętrzne bazy adresowe, materiały informacyjno – promocyjne, imprezy/wydarzenia informacyjno – promocyjne, spotkania informacyjno-konsultacyjne.

**Działanie:** *Bezpośrednie szkolenia w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu* - skierowane będą przede wszystkim do potencjalnych beneficjentów LSR, a ich celem będzie udzielenia uczestnikom niezbędnych informacji o naborach, zasadach otrzymania dofinansowania, zasadach oceny i wyboru projektów i wsparcia merytorycznego.

**Środki przekazu:** bezpośrednie spotkania.

**Działanie:** *Badania satysfakcji potencjalnych wnioskodawców i osób objętych wsparciem dla grup defaworyzowanych nt. jakości pomocy udzielanej przez LGD* – działanie będzie kierowane do potencjalnych odbiorców wsparcia LSR, w celu poznania ich opinii nt. jakości i adekwatności pomocy merytorycznej świadczonej przez LGD a związanej z aplikowaniem o wsparcie z budżetu LSR oraz ewentualnych problemów i sposobów ich rozwiązania.

**Środki przekazu:** anonimowa ankieta w wersji elektronicznej rozsyłana na adresy e-mail, ankieta audytoryjna.

**Działanie:** *Animacja osób w niekorzystnej sytuacji* – aktywizacja społeczna osób w niekorzystnej sytuacji, jako narzędzie mobilizowania potencjału indywidualnego i przeciwdziałanie bezradności społecznej.

**Środki przekazu:** warsztaty aktywizujące.

### Adresaci działań komunikacyjnych

LGD „Podgrodzie Toruńskie” chce zapewnić aby udział społeczności lokalnych lub wyodrębnionych grup interesariuszy w procesie realizacji LSR był jak najszerszy. W związku z tym konieczne jest wyszczególnienie konkretnych grup adresatów, do których następnie zostaną skierowane odpowiednie do potrzeb działania komunikacyjne i środki przekazu. Grupy docelowe wynikają z LSR i wskazanych w niej celów. Podczas prac nad przygotowaniem Strategii wyodrębniono trzy główne sektory, które brały aktywny udział w przygotowaniu LSR: sektor społeczny, sektor publiczny, sektor gospodarczy. Na tej podstawie można wyodrębnić następujące grupy docelowe:

- lokalni liderzy m.in. sołtysi, radni gmin, powiatów, województwa;
- jednostki sektora finansów publicznych, w tym jednostki organizacyjne JST;
- instytucje kulturalne i/lub edukacyjne, mające siedzibę na obszarze LSR m.in. biblioteki, domy kultury, szkoły;
- przedsiębiorcy – mikro i mali przedsiębiorcy;
- organizacje pozarządowe, mające siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiające młodzież i seniorów) m.in. koła gospodyń wiejskich, ochotnicze straże pożarne, kluby sportowe;
- instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodki pomocy społecznej, parafie itp.;
- mieszkańcy obszaru LSR;
- przedsiębiorcy, mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR;
- osoby w niekorzystnej sytuacji tj. osoby młode, seniorzy, kobiety oraz niepełnosprawni.

Wskazane powyżej osoby w niekorzystnej sytuacji, opisane zostały szczegółowo w rozdziale IV Lokalnej Strategii Rozwoju. W oparciu o diagnozę obszaru LGD i przeprowadzoną analizę potrzeb i potencjału obszaru, wskazano grupę osób w niekorzystnej sytuacji, które wymagają specjalnego wsparcia. Dla tych grup przewidziane są w Planie Komunikacji odrębne działania komunikacyjne.

## **Zakładane wskaźniki i planowane efekty działań komunikacyjnych**

Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych podano w tabeli poniżej dla każdego ze środków przekazu. Oszacowano także koszt poszczególnych elementów kampanii i zakładane rezultaty. Osiągnięcie zaplanowanych efektów potwierdzi skuteczność zastosowanych środków. W przypadku nieosiągnięcia w trakcie trwania okresu programowego wartości docelowych należy zweryfikować strategię i dostosować ją do aktualnej sytuacji.

### **Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu**

Stosowane działania komunikacyjne i odpowiadające im środki przekazu będą podlegać cyklicznym badaniom pod kątem osiągania zaplanowanych efektów, a także racjonalnego wykorzystania budżetu przeznaczanego na wdrażanie Planu Komunikacji. Ocena efektywności będzie dokonywana w oparciu o wskaźniki opisane w Planie oraz na podstawie wyników badań satysfakcji wnioskodawców na temat pomocy świadczonej przez LGD. W przypadku stwierdzenia, że osiągane efekty są niezadowalające wdrożony zostanie plan naprawczy. Będzie on polegał na modyfikacji stosowanych praktyk poprzez udoskonalenie lub wprowadzenie nowych, bardziej odpowiednich do realizacji założonych celów.

### **Opis sposobu wykorzystania w procesie LSR wniosków/opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych**

LGD przewiduje w ramach Planu Komunikacji realizację działań mających na celu pozyskiwanie informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR. Dane będą zbierane w formie informacji zwrotnej nt. satysfakcji wnioskodawców nt. pomocy udzielanej przez LGD (działanie „*Badanie satysfakcji wnioskodawców nt. pomocy udzielanej przez LGD*”) pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt np. przeszkolenia osób udzielających pomocy w zakresie komunikacji interpersonalnej. Dodatkowe tego typu informacje będą zbierane podczas działań informacyjnych o zasadach realizacji LSR skierowanych do poszczególnych wnioskodawców oraz mieszkańców. Pozyskane w ten sposób informacje zostaną wykorzystane do aktualizacji LSR, procedur lub zmiany sposobu funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy biura. W sytuacji zaistnienia istotnych problemów z wdrażaniem LSR, a także potencjalnego pojawienia się braku akceptacji społecznej zostaną wdrożone odpowiednie środki zaradcze, np. bezpośrednie kontakty przedstawicieli instytucji odpowiedzialnych za LSR z mieszkańcami, wzajemna kontrola instytucji i gmin zaangażowanych w LSR oraz formułowanie czytelnych i zrozumiałych komunikatów kierowanych do społeczności lokalnej. Wyniki działań realizowanych w ramach Planu Komunikacji będą upublicznione za pomocą internetowych środków przekazu, takich jak strony internetowe i portale społecznościowe.

### **Budżet przewidziany na działania komunikacyjne**

Całkowity budżet przewidziany na działania komunikacyjne w okresie realizacji LSR w latach 2023-2029 został uwzględniony w ramach kosztów bieżących i aktywizacji i wynosi: **125 000,00 zł.**

Lokalna Grupa Działania „*Podgrodzie Toruńskie*” zobowiązuje się do informowania ZW/wskazanej organizacji/instytucji, z co najmniej 14-dniowym wyprzedzeniem, o wszystkich zaplanowanych przez LGD aktywnościach/wydarzeniach na terenie objętym LSR (m.in. festynach, konkursach, podpisywaniu umów grantowych, szkoleniach, warsztatach), na wskazany przez ZW adres mailowy.

Tabela 1. Plan komunikacji

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki wraz z wartościami minimalną	Planowany/prognozowany budżet	Opis efektów działań komunikacyjnych
2023 r.	Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR Prezentowanie efektów wdrażania LSR	Kampania informacyjna budująca pozytywny wizerunek LGD i LSR oraz informująca o efektach wdrażania LSR	<ul style="list-style-type: none"> <li>lokalni liderzy m.in. sołtysi, radni gmin, powiatów, województwa;</li> <li>jednostki sektora finansów publicznych, w tym jednostki organizacyjne JST;</li> <li>instytucje kulturalne i/lub edukacyjne, mające siedzibę na obszarze LSR m.in. biblioteki, domy kultury, szkoły;</li> <li>przedsiębiorcy – mikro i mali przedsiębiorcy;</li> <li>organizacje pozarządowe, mające siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiające młodzież i seniorów) m.in. koła gospodyń wiejskich, ochotnicze straże pożarne, kluby sportowe;</li> <li>instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodki pomocy społecznej, parafie itp.;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>artykuły na stronie internetowej</li> <li>artykuły na portalu społecznościowym Facebook</li> <li>wydanie NEWSLETTERA</li> <li>ogłoszenia na tablicy informacyjnej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba artykułów na stronie internetowej: min. 2</li> <li>liczba artykułów na portalu społecznościowym Facebook: min. 12</li> <li>liczba wydań NEWSLETTERA: min. 1</li> <li>liczba ogłoszeń na tablicy informacyjnej: min. 2</li> </ul>	1 000,00 zł	<p>liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 20% mieszkańców obszaru LSR</p> <p>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony</p> <p>liczba osób, które zapoznały się z informacjami na portalu społecznościowym: min. 10% mieszkańców każdej obszaru LSR</p> <p>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin portalu (polubienia/udostępnienia)</p> <p>liczba osób, które zapoznały się z treścią NEWSLETTERA: min. 5 osób/podmiotów/adresów na każde 10 tys. mieszkańców obszaru LSR zapisanych do newslettera</p> <p>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin newslettera</p> <p>Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i wdrażaniu LSR – min. 20 osób.</p> <p>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej, rejestru udzielonego doradztwa/informacji, przy założeniu, że każda osoba korzystająca z informacji w biurze LGD zapozna się z zamieszczonymi przed biurem ogłoszeniami</p>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• mieszkańcy obszaru LSR;</li> <li>• przedsiębiorcy, mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR;</li> <li>• osoby w niekorzystnej sytuacji tj. osoby młode, seniorzy, kobiety oraz niepełnosprawni.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• organizacja spotkań informacyjno-konsultacyjnego w każdej gminie obszaru LSR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych: min. 3</li> </ul>	<p>Liczba osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym w każdej gminie: min. 10 osób.</p> <p>Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnię informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców gminy. Ze spotkania powinien zostać sporządzony protokół podpisywany przez LGD oraz przedstawiciela/i grup docelowych działań komunikacyjnych z obszaru gminy. O terminie i miejscu spotkania powinien zostać powiadomiony ZW.</p> <p><i>weryfikacja na podstawie listy obecności uczestników spotkania</i></p>
<p><b>2024 r.</b></p> <p>Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR Prezentowanie efektów wdrażania LSR</p>	<p>Kampania informacyjna budująca pozytywny wizerunek LGD i LSR oraz informująca o efektach wdrażania LSR</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• lokalni liderzy m.in. sołtysi, radni gmin, powiatów, województwa;</li> <li>• jednostki sektora finansów publicznych, w tym jednostki organizacyjne JST;</li> <li>• instytucje kulturalne i/lub edukacyjne, mające siedzibę na obszarze LSR m.in. biblioteki, domy kultury, szkoły;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• artykuły w prasie lokalnej</li> <li>• artykuły na stronie internetowej</li> <li>• artykuły na portalu społecznościowym Facebook</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba artykułów w prasie lokalnej: min. 1</li> <li>• liczba artykułów na stronie internetowej: min. 4</li> <li>• liczba artykułów na portalu społecznościowym Facebook: min. 48</li> </ul>	<p>liczba czytelników: min. 30% mieszkańców obszaru LSR</p> <p><i>weryfikacja na podstawie nakładu gazety i założeniu, że 50% czytelników zapozna się z artykułem</i></p> <p>liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 20% mieszkańców obszaru LSR</p> <p><i>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony</i></p> <p>liczba osób, które zapoznały się z informacjami na portalu społecznościowym: min. 10% mieszkańców każdej obszaru LSR</p> <p><b>15 500 zł</b></p>	

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• przedsiębiorcy – mikro i mali przedsiębiorcy;</li> <li>• organizacje pozarządowe, mające siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiające młodzież i seniorów) m.in. koła gospodyń wiejskich, ochotnicze straże pożarne, kluby sportowe;</li> <li>• instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodki pomocy społecznej, parafie itp.;</li> <li>• mieszkańcy obszaru LSR;</li> <li>• przedsiębiorcy, mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR;</li> <li>• osoby w niekorzystnej sytuacji tj. osoby młode, seniorzy, kobiety oraz niepełnosprawni.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wydanie NEWSLETTERA</li> <li>• Mailing – wewnętrzne bazy adresowe</li> <li>• ogłoszenia na tablicy informacyjnej</li> <li>• organizacja otwartego wydarzenia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba wydań NEWSLETTERA: min. 4</li> <li>• liczba wysłanych e-maili: średnio 1 e-mail na miesiąc</li> <li>• liczba ogłoszeń na tablicy informacyjnej: min. 4</li> <li>• liczba wydarzeń min. 1</li> </ul>		<p>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin portalu (polubienia/udostępnienia)</p> <p>liczba osób, które zapoznały się z treścią NEWSLETTERA: min. 5 osób/podmiotów/adresów na każde 10 tys. mieszkańców obszaru LSR zapisanych do newslettera</p> <p>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin newslettera</p> <p>liczba odbiorców e-maili: min. 50</p> <p>weryfikacja na podstawie wydruków adresatów e-maili</p> <p>Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i wdrażaniu LSR – min. 20 osób.</p> <p>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej, rejestru udzielonego doradztwa/informacji, przy założeniu, że każda osoba korzystająca z informacji w biurze LGD zapozna się z zamieszczonymi przed biurem ogłoszeniami</p> <p>liczba osób biorących udział w wydarzeniu: min. 100 uczestników wydarzenia, organizowanego przez LGD na każde 50 tys. mieszkańców obszaru objętego LSR w roku</p> <p>Podczas wydarzenia LGD m.in. przedstawi swoje dotychczasowe działania oraz wsparcie, którego udzieliło, jak również poinformuje o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów.</p> <p>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej oraz liczby wydanych</p>
--	--	--	---	--	---	--	--

				<ul style="list-style-type: none"> <li>organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdym sołectwie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych: min. 42</li> </ul>	<p><i>materiałów informacyjnych i gadżetów reklamowych (sposób weryfikacji na podstawie rozchodu materiałów informacyjnych i reklamowych, notatek służbowych)</i></p> <p>liczba osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym w każdym sołectwie: min. 5 osób. Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnie informacji o <sup>2253</sup> <del>potrzebach i oczekiwaniach</del> <sup>potrzebach</sup> mieszkańców <del>gminy</del> <sup>gminy</sup>. <del>Za</del> <sup>Ze</sup> spotkania powinien zostać sporządzony protokół podpisywany przez LGD oraz przedstawiciela/i grup docelowych działań komunikacyjnych z obszaru gminy. O terminie i miejscu spotkania powinien zostać powiadomiony ZW. <i>weryfikacja na podstawie listy obecności uczestników spotkania</i></p>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>organizacja spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdej gminie obszaru LSR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych: min. 3</li> </ul>	<p>Liczba osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym w każdej gminie: min. 10 osób. Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnie informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców gminy. Ze spotkania powinien zostać</p>	



				<ul style="list-style-type: none"> <li>• plakaty</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba plakatów: min. 50</li> </ul>	<p>sporządzony protokół podpisywany przez LGD oraz przedstawiciela/i grup docelowych działań komunikacyjnych z obszaru gminy. O terminie i miejscu spotkania powinien zostać powiadomiony ZW. <i>weryfikacja na podstawie listy obecności uczestników spotkania</i></p>
<p>Wspieranie i aktywizacja osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>Animacja osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>Osoby w niekorzystnej sytuacji</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• warsztaty aktywizujące</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba warsztatów: min. 4</li> </ul>	<p>Zakłada się, że min. 10 osób zapozna się z treścią 1 szt. plakatu <i>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej</i></p> <p>Liczba osób uczestniczących w jednym warsztacie – min. 10. <i>weryfikacja na podstawie list obecności uczestników warsztatów</i></p> <p><b>4 000,00 zł</b></p>	
<p>Wspieranie potencjalnych beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków z budżetu LSR</p>	<p>Spotkania informacyjno-konsultacyjne nt. zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia Kampania informacyjna o naborach wniosków</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• bezpośrednio szkolenia w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu</li> <li>• artykuły na stronie internetowej i portalu społecznościowym</li> <li>• ogłoszenia na tablicach informacyjnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba szkoleń: min. 2</li> <li>• liczba artykułów na stronie internetowej i portalu społecznościowym: min. 2</li> <li>• liczba ogłoszeń na tablicach: min. 2</li> </ul>	<p>Liczba osób biorących udział w jednym szkoleniu: min. 5 osób. <i>weryfikacja na podstawie listy obecności uczestników szkolenia</i></p> <p>Liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 20% mieszkańców obszaru LSR <i>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony</i></p> <p>Liczba osób, które zapoznały się z informacjami na tablicach informacyjnych – min. 50% osób korzystających z doradztwa <i>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej, rejestru udzielonego</i></p> <p><b>2 000,00 zł</b></p>	

<p><b>2025 r.</b></p>	<p>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)</p>	<p>Badanie satysfakcji potencjalnych wnioskodawców i osób objętych wsparciem dla grup defaworyzowanych nt. jakości pomocy udzielanej przez LGD</p>	<p>Potencjalni wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR</p>	<p>• ankieta w wersji elektronicznej rozsyłana na adresy e-mail</p>	<p>• liczba raportów ewaluacyjnych: min. 1</p>	<p><b>0,00 zł</b></p>	<p><i>doradztwa, przy założeniu, że każda osoba korzystająca z doradztwa w biurze LGD zapozna się z zamieszczonymi przed biurem ogłoszeniami</i></p> <p>Poziom satysfakcji w zakresie założeń i wdrażania LSR na poziomie min. 50% otrzymanych ankiet.</p> <p><i>weryfikacja na podstawie otrzymanych ankiet monitorujących lub ewaluacyjnych</i></p>
<p><b>2025 r.</b></p>	<p>Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR Prezentowanie efektów wdrażania LSR</p>	<p>Kampania informacyjna budująca pozytywny wizerunek LGD i LSR oraz informująca o efektach wdrażania LSR</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• lokalni liderzy m.in. sołtysi, radni gmin, powiatów, województwa;</li> <li>• jednostki sektora finansów publicznych, w tym organizacyjne JST;</li> <li>• instytucje kulturalne i/lub edukacyjne, mające siedzibę na obszarze LSR m.in. biblioteki, domy kultury, szkoły;</li> <li>• przedsiębiorcy – mikro i mali przedsiębiorcy;</li> <li>• organizacje pozarządowe, mające siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• artykuły w prasie lokalnej</li> <li>• artykuły na stronie internetowej</li> <li>• liczba artykułów na portalu społecznościowym Facebook</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba artykułów w prasie lokalnej: min. 1</li> <li>• liczba artykułów na stronie internetowej: min. 4</li> <li>• liczba artykułów na portalu społecznościowym Facebook: min. 48</li> </ul>	<p><b>15 500 zł</b></p>	<p>liczba czytelników: min. 30% mieszkańców obszaru LSR</p> <p><i>weryfikacja na podstawie nakładu gazety i założeniu, że 50% czytelników zapozna się z artykułem</i></p> <p>liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 20% mieszkańców obszaru LSR</p> <p><i>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony</i></p> <p>liczba osób, które zapoznały się z informacjami na portalu społecznościowym: min. 10% mieszkańców każdej obszaru LSR</p> <p><i>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin portalu (polubienia/udostępnienia)</i></p> <p>liczba osób, które zapoznały się z treścią NEWSLETTERA: min. 5 osób/podmiotów/adresów na każde 10 tys.</p>

			<p>składające młodzież i seniorów) m.in. koła gospodyń wiejskich, ochotnicze straże pożarne, kluby sportowe;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodki pomocy społecznej, parafie itp.;</li> <li>• mieszkańcy obszaru LSR;</li> <li>• przedsiębiorcy, mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR;</li> <li>• osoby w niekorzystnej sytuacji tj. osoby młode, seniorzy, kobiety oraz niepełnosprawni.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mailing – wewnętrzne bazy adresowe</li> <li>• ogłoszenia na tablicy informacyjnej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba wysłanych e-maili: średnio 1 e-mail na miesiąc</li> <li>• liczba ogłoszeń na tablicy informacyjnej: min. 4</li> </ul>		<p>mieszkańców obszaru LSR zapisanych do newslettera  <i>weryfikacja na podstawie listnika odwiedzin newslettera</i>  liczba odbiorców e-maili: min. 50  <i>weryfikacja na podstawie wydruków adresatów e-maili</i>  Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i wdrażaniu LSR – min. 20 osób.  <i>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej, rejestru udzielonego doradztwa/informacji, przy założeniu, że każda osoba korzystająca z informacji w biurze LGD zapozna się z zamieszczonymi przed biurem ogłoszeniami</i>  liczba osób biorących udział w wydarzeniu: min. 100 uczestników wydarzenia, organizowanego przez LGD na każde 50 tys. mieszkańców obszaru objętego LSR w roku  Podczas wydarzenia LGD m.in. przedstawi swoje dotychczasowe działania oraz wsparcie, którego udzieliło, jak również poinformuje o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów.  <i>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej oraz liczby wydanych materiałów informacyjnych i gadżetów reklamowych (sposób weryfikacji na podstawie rozchodu materiałów informacyjnych i reklamowych, notatek służbowych)</i></p>
--	--	--	---	---	---	--	---

			<ul style="list-style-type: none"> <li>organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdym sołectwie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych: min. 42</li> </ul>	<p>liczba osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym w każdym sołectwie: min. 5 osób.</p> <p>Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnię informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców <sup>sołectwa</sup> <del>gminy</del> <sup>2.09.2012</sup> <del>gminy</del> <sup>14.09.2012</sup>.</p> <p>Ze spotkania powinien zostać sporządzony protokół podpisywany przez LGD oraz przedstawiciela/i grup docelowych działań komunikacyjnych z obszaru gminy. O terminie i miejscu spotkania powinien zostać powiadomiony ZW.</p> <p><i>weryfikacja na podstawie listy obecności uczestników spotkania</i></p>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>organizacja spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdej gminie obszarze LSR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych: min. 3</li> </ul>	<p>Liczba osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym w każdej gminie: min. 10 osób.</p> <p>Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnię informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców gminy. Ze spotkania powinien zostać sporządzony protokół podpisywany przez LGD oraz przedstawiciela/i grup docelowych działań komunikacyjnych z obszaru gminy. O terminie i miejscu</p>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• plakaty</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba plakatów: min. 50</li> </ul>	<p>spotkania powinien zostać powiadomiony ZW. weryfikacja na podstawie listy obecności uczestników spotkania</p> <p>Zakłada się, że min. 10 osób zapozna się z treścią 1 szt. plakatu</p> <p>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej</p>
<p>Wspieranie i aktywizacja osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>Animacja osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>Osoby w niekorzystnej sytuacji</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• warsztaty aktywizujące</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba warsztatów: min. 4</li> </ul>	<p><b>4 000,00 zł</b></p>	<p>Liczba osób uczestniczących w jednym warsztacie – min. 10.</p> <p>weryfikacja na podstawie list obecności uczestników warsztatów</p>
<p>Wspieranie potencjalnych beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków z budżetu LSR</p>	<p>Spotkania informacyjno-konsultacyjne nt. zasad opracowywania wniosków na poszczególnych przedsięwzięcia</p> <p>Kampania informacyjna o naborach wniosków</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• bezpośrednio szkolenia w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu</li> <li>• artykuły na stronie internetowej i portalu społecznościowym</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba szkoleń: min. 4</li> <li>• liczba artykułów na stronie internetowej i portalu społecznościowym: min. 4</li> </ul>	<p><b>4 000,00 zł</b></p>	<p>Liczba osób biorących udział w jednym szkoleniu: min. 5 osób.</p> <p>weryfikacja na podstawie listy obecności uczestników szkolenia</p> <p>liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 20% mieszkańców obszaru LSR</p> <p>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony</p> <p>Liczba osób, które zapoznały się z informacjami na tablicach informacyjnych – min. 50% osób korzystających z doradztwa</p> <p>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej, rejestru udzielonego doradztwa, przy założeniu, że każda osoba korzystająca z doradztwa w biurze LGD zapozna się z zamieszczonymi przed biurem ogłoszeniami</p>

2026 r.	<p>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)</p>	<p>Badanie satysfakcji potencjalnych wnioskodawców i osób objętych wsparciem dla grup defaworyzowanych nt. jakości pomocy udzielanej przez LGD</p>	<p>Potencjalni wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ankieta w wersji elektronicznej rozsyłana na adresy e-mail</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba raportów ewaluacyjnych: min. 1</li> </ul>	<p><b>0,00 zł</b></p>	<p>Poziom satysfakcji w zakresie założeń i wdrażania LSR na poziomie min. 50% otrzymanych ankiet.</p> <p><i>weryfikacja na podstawie otrzymanych ankiet monitorujących lub ewaluacyjnych</i></p>
	<p>Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR Prezentowanie efektów wdrażania LSR</p>	<p>Kampania informacyjna budująca pozytywny wizerunek LGD i LSR oraz informująca o efektach wdrażania LSR</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>lokalni liderzy m.in. sołtysi, radni gmin, powiatów, województwa;</li> <li>jednostki sektora finansów publicznych, w tym jednostki organizacyjne JST;</li> <li>instytucje kulturalne i/lub edukacyjne, mające siedzibę na obszarze LSR m.in. biblioteki, domy kultury, szkoły;</li> <li>przedsiębiorcy – mikro i mali przedsiębiorcy;</li> <li>organizacje pozarządowe, mające siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiające młodzież i seniorów) m.in. koła gospodyń wiejskich, ochotnicze straże</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>artykuły w prasie lokalnej</li> <li>artykuły na stronie internetowej</li> <li>artykuły na portalu społecznościowym Facebook</li> <li>wydanie NEWSLETTERA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba artykułów w prasie lokalnej: min. 1</li> <li>liczba artykułów na stronie internetowej: min. 4</li> <li>liczba artykułów na portalu społecznościowym Facebook: min. 48</li> <li>liczba wydań NEWSLETTERA: min. 4</li> </ul>	<p><b>15 500 zł</b></p>	<p>liczba czytelników: min. 30% mieszkańców obszaru LSR <i>weryfikacja na podstawie nakładu gazety i założeniu, że 50% czytelników zapozna się z artykułem</i></p> <p>liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 20% mieszkańców obszaru LSR <i>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony</i></p> <p>liczba osób, które zapoznały się z informacjami na portalu społecznościowym: min. 10% mieszkańców każdej obszaru LSR <i>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin portalu (polubienia/udostępnienia)</i></p> <p>liczba osób, które zapoznały się z treścią NEWSLETTERA: min. 5 osób/podmiotów/adresów na każde 10 tys. mieszkańców obszaru LSR zapisanych do newslettera <i>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin newslettera</i></p>

			<p>pe, kluby sportowe;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodki pomocy społecznej, parafie itp.;</li> <li>mieszkańcy obszaru LSR;</li> <li>przedsiębiorcy, mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR;</li> <li>osoby w niekorzystnej sytuacji tj. osoby młode, seniorzy, kobiety oraz niepełnosprawni.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mailing – wewnętrzne bazy adresowe</li> <li>ogłoszenia na tablicy informacyjnej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba wysłanych e-maili: średnio 1 e-mail na miesiąc</li> <li>liczba ogłoszeń na tablicy informacyjnej: min. 4</li> </ul>		<p>liczba odbiorców e-maili: min. 50 weryfikacja na podstawie wydruków adresatów e-maili</p> <p>Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i wdrażaniu LSR – min. 20 osób. weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej, rejestru udzielonego doradztwa/informacji, przy założeniu, że każda osoba korzystająca z informacji w biurze LGD zapozna się z zamieszczonymi przed biurem ogłoszeniami</p>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>organizacja otwartego wydarzenia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba wydarzeń min. 1</li> </ul>		<p>liczba osób biorących udział w wydarzeniu: min. 100 uczestników wydarzenia, organizowanego przez LGD na każde 50 tys. mieszkańców obszaru objętego LSR w roku</p> <p>Podczas wydarzenia LGD m.in. przedstawi swoje dotychczasowe działania oraz wsparcie, którego udzieliło, jak również poinformuje o rocznym harmonogramie ogłoszenia konkursów.</p> <p>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej oraz liczby wydanych materiałów informacyjnych i gadżetów reklamowych (sposób weryfikacji na podstawie rozchodu materiałów informacyjnych i reklamowych, notatek służbowych)</p>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>organizacja otwartego spotkania informacyjno-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych: min. 42</li> </ul>		<p>liczba osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym w każdym sołectwie: min. 5 osób.</p>





	Wspieranie i aktywizacja osób w niekorzystnej sytuacji	Animacja osób w niekorzystnej sytuacji	Osoby w niekorzystnej sytuacji	plakaty	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba plakatów: min. 50</li> </ul>	Zakłada się, że min. 10 osób zapozna się z treścią 1 szt. plakatu <i>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej</i>
	Wspieranie potencjalnych beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków z budżetu LSR	Spotkania informacyjno-konsultacyjne nt. zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia Kampania informacyjna o naborach wniosków	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba warsztatów: min. 4</li> </ul>	4 000,00 zł	Liczba osób biorących udział w jednym szkoleniu: min. 5 osób. <i>weryfikacja na podstawie listy obecności uczestników warsztatów</i>
	Wspieranie potencjalnych beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków z budżetu LSR	Spotkania informacyjno-konsultacyjne nt. zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia Kampania informacyjna o naborach wniosków	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy	<ul style="list-style-type: none"> <li>bezppośrednie szkolenia w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu</li> <li>artykuły na stronie internetowej i portalu społecznościowym</li> </ul>	4 000,00 zł	Liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 20% mieszkańców obszaru LSR <i>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony</i>
	Wspieranie potencjalnych beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków z budżetu LSR	Spotkania informacyjno-konsultacyjne nt. zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia Kampania informacyjna o naborach wniosków	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy	<ul style="list-style-type: none"> <li>ogłoszenia na tablicach informacyjnych</li> </ul>	4 000,00 zł	Liczba osób, które zapoznały się z informacjami na tablicach informacyjnych – min. 50% osób korzystających z doradztwa <i>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej, rejestru udzielonego doradztwa, przy założeniu, że każda osoba korzystająca z doradztwa w biurze LGD zapozna się z zamieszczonymi przed biurem ogłoszeniami</i>
	Uzyskiwanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia	Badanie satysfakcji potencjalnych wnioskodawców i osób objętych wsparciem dla grup defaworyzowanych	Potencjalni wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	<ul style="list-style-type: none"> <li>ankieta w wersji elektronicznej rozsyłana na adresy e-mail</li> </ul>	0,00 zł	Poziom satysfakcji w zakresie założeń i wdrażania LSR na poziomie min. 50% otrzymanych ankiet. <i>weryfikacja na podstawie otrzymanych ankiet</i>

	ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeskolenia osób udzielających pomocy, np. w zakresie komunikacji interpersonalnej)	nt. jakości pomocy udzielanej przez LGD					monitorujących lub ewaluacyjnych
2027 r.	Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR Prezentowanie efektów wdrażania LSR	Kampania informacyjna budująca pozytywny wizerunek LGD i LSR oraz informująca o efektach wdrażania LSR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• lokalni liderzy m.in. sołtysi, radni gmin, powiatów, województwa;</li> <li>• jednostki sektora finansów publicznych, w tym jednostki organizacyjne JST;</li> <li>• instytucje kulturalne i/lub edukacyjne, mające siedzibę na obszarze LSR m.in. biblioteki, domy kultury, szkoły;</li> <li>• przedsiębiorcy – mikro i mali przedsiębiorcy;</li> <li>• organizacje pozarządowe, mające siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiające młodzież i seniorów) m.in. koła gospodyń wiejskich, ochotnicze straże pożarne, kluby sportowe;</li> <li>• instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodki pomocy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• artykuły w prasie lokalnej</li> <li>• artykuły na stronie internetowej</li> <li>• artykuły na portalu społecznościowym Facebook</li> <li>• wydanie NEWSLETTERA</li> <li>• Mailing – wewnętrzne bazy adresowe</li> <li>• ogłoszenia na tablicy informacyjnej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba artykułów w prasie lokalnej: min. 1</li> <li>• liczba artykułów na stronie internetowej: min. 4</li> <li>• liczba artykułów na portalu społecznościowym Facebook: min. 48</li> <li>• liczba wydań NEWSLETTERA: min. 4</li> <li>• liczba wysłanych e-maili: średnio 1 e-mail na miesiąc</li> <li>• liczba ogłoszeń na tablicy</li> </ul>	15 500 zł	<p>liczba czytelników: min. 30% mieszkańców obszaru LSR weryfikacja na podstawie nakładu gazety i założeniu, że 50% czytelników zapozna się z artykułem</p> <p>liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 20% mieszkańców obszaru LSR weryfikacja na podstawie liczniaka odwiedzin strony</p> <p>liczba osób, które zapoznały się z informacjami na portalu społecznościowym: min. 10% mieszkańców każdej obszaru LSR</p> <p>weryfikacja na podstawie liczniaka odwiedzin portalu (polubienia/udostępnienia)</p> <p>liczba osób, które zapoznały się z treścią NEWSLETTERA: min. 5 osób/podmiotów/adresów na każde 10 tys. mieszkańców obszaru LSR weryfikacja na podstawie liczniaka odwiedzin newslettera</p> <p>liczba odbiorców e-maili: min. 50 weryfikacja na podstawie wydruków adresatów e-maili</p> <p>Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i wdrażaniu LSR – min. 20 osób.</p>

<p>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej, rejestru udzielonego doradztwa/informacji, przy założeniu, że każda osoba korzystająca z informacji w biurze LGD zapozna się z zamieszczonymi przed biurem ogłoszeniami</p>	<p>liczba osób biorących udział w wydarzeniu: min. 100 uczestników wydarzenia, organizowanego przez LGD na każde 50 tys. mieszkańców obszaru objętego LSR w roku. Podczas wydarzenia LGD m.in. przedstawi swoje dotychczasowe działania oraz wsparcie, którego udzieliło, jak również poinformuje o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów.</p> <p>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej oraz liczby wydanych materiałów informacyjnych i gadżetów reklamowych (sposób weryfikacji na podstawie rozchodu materiałów informacyjnych i reklamowych, notatek służbowych)</p>	<p>liczba osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym w każdym sołectwie: min. 5 osób. Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnie informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców gminy.</p>	<p>liczba osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym: min. 42</p>
<p>inicyjnej: min. 4</p>	<p>liczba wydarzeń min. 1</p>	<p>liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych: min. 42</p>	<p>liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych: min. 42</p>
<p>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej, rejestru udzielonego doradztwa/informacji, przy założeniu, że każda osoba korzystająca z informacji w biurze LGD zapozna się z zamieszczonymi przed biurem ogłoszeniami</p>	<p>liczba osób biorących udział w wydarzeniu: min. 100 uczestników wydarzenia, organizowanego przez LGD na każde 50 tys. mieszkańców obszaru objętego LSR w roku. Podczas wydarzenia LGD m.in. przedstawi swoje dotychczasowe działania oraz wsparcie, którego udzieliło, jak również poinformuje o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów.</p> <p>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej oraz liczby wydanych materiałów informacyjnych i gadżetów reklamowych (sposób weryfikacji na podstawie rozchodu materiałów informacyjnych i reklamowych, notatek służbowych)</p>	<p>liczba osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym w każdym sołectwie: min. 5 osób. Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnie informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców gminy.</p>	<p>liczba osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym: min. 4</p>
<p>liczba osób biorących udział w wydarzeniu: min. 100 uczestników wydarzenia, organizowanego przez LGD na każde 50 tys. mieszkańców obszaru objętego LSR w roku. Podczas wydarzenia LGD m.in. przedstawi swoje dotychczasowe działania oraz wsparcie, którego udzieliło, jak również poinformuje o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów.</p> <p>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej oraz liczby wydanych materiałów informacyjnych i gadżetów reklamowych (sposób weryfikacji na podstawie rozchodu materiałów informacyjnych i reklamowych, notatek służbowych)</p>	<p>liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych: min. 42</p>	<p>liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych: min. 42</p>	<p>liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych: min. 42</p>
<p>organizacja otwartego wydarzenia</p>	<p>organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdym sołectwie</p>	<p>organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdym sołectwie</p>	<p>organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdym sołectwie</p>
<p>organizacja otwartego wydarzenia</p>	<p>organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdym sołectwie</p>	<p>organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdym sołectwie</p>	<p>organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdym sołectwie</p>
<p>organizacja otwartego wydarzenia</p>	<p>organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdym sołectwie</p>	<p>organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdym sołectwie</p>	<p>organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdym sołectwie</p>
<p>organizacja otwartego wydarzenia</p>	<p>organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdym sołectwie</p>	<p>organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdym sołectwie</p>	<p>organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdym sołectwie</p>

						<p>Ze spotkania powinien zostać sporządzony protokół podpisywany przez LGD oraz przedstawiciela/i grup docelowych działań komunikacyjnych z obszaru gminy. O terminie i miejscu spotkania powinien zostać powiadomiony ZW. <i>weryfikacja na podstawie listy obecności uczestników spotkania</i></p>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• organizacja spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdej gminie obszaru LSR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych: min. 3</li> </ul>		<p>Liczba osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym w każdej gminie: min. 10 osób. Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnię informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców gminy. Ze spotkania powinien zostać sporządzony protokół podpisywany przez LGD oraz przedstawiciela/i grup docelowych działań komunikacyjnych z obszaru gminy. O terminie i miejscu spotkania powinien zostać powiadomiony ZW. <i>weryfikacja na podstawie listy obecności uczestników spotkania</i></p>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• plakaty</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba plakatów: min. 50</li> </ul>		<p>Zakłada się, że min. 10 osób zapozna się z treścią 1 szt. plakatu <i>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej</i></p>

<p>Wspieranie i aktywizacja osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>Animacja osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>Osoby w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>• warsztaty aktywizujące min. 4</p>	<p>• liczba warsztatów: min. 4</p>	<p>Liczba osób uczestniczących w jednym warsztacie – min. 10. <i>weryfikacja na podstawie list obecności uczestników warsztatów</i></p>
<p>Wspieranie potencjalnych beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków z budżetu LSR</p>	<p>Spotkania informacyjno-konsultacyjne nt. zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia Kampania informacyjna o naborach wniosków</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, zwłaszcza: przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy</p>	<p>• bezpośrednie szkolenia w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu • artykuły na stronie internetowej i portalu społecznościowym • ogłoszenia na tablicach informacyjnych</p>	<p>• liczba szkoleń: min. 3 • liczba artykułów na stronie internetowej i portalu społecznościowym: min. 3 • liczba ogłoszeń na tablicach: min. 3</p>	<p>Liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 20% mieszkańców obszaru LSR <i>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony</i> Liczba osób, które zapoznały się z informacjami na tablicach informacyjnych – min. 50% osób korzystających z doradztwa <i>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej, rejestru udzielonego doradztwa, przy założeniu, że każda osoba korzystająca z doradztwa w biurze LGD zapozna się z zamieszczonymi przed biurem ogłoszeniami</i></p>
<p>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,</p>	<p>Badanie satysfakcji potencjalnych wnioskodawców i osób objętych wsparciem dla grup defaworyzowanych nt. jakości pomocy udzielanej przez LGD</p>	<p>Potencjalni wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR</p>	<p>• ankieta w wersji elektronicznej rozsyłana na adresy e-mail</p>	<p>• liczba raportów ewaluacyjnych: min. 1</p>	<p>Poziom satysfakcji w zakresie założeń i wdrażania LSR na poziomie min. 50% otrzymanych ankiet. <i>weryfikacja na podstawie otrzymanych ankiet monitorujących lub ewaluacyjnych</i></p>

	np. w zakresie komunikacji interpersonalnej)	Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR Prezentowanie efektów wdrażania LSR	Kampania informacyjna budująca pozytywny wizerunek LGD i LSR oraz informująca o efektach wdrażania LSR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• lokalni liderzy m.in. sołtysi, radni gmin, powiatów, województwa;</li> <li>• jednostki sektora finansów publicznych, w tym jednostki organizacyjne JST;</li> <li>• instytucje kulturalne i/lub edukacyjne, mające siedzibę na obszarze LSR m.in. biblioteki, domy kultury, szkoły;</li> <li>• przedsiębiorcy – mikro i mali przedsiębiorcy;</li> <li>• organizacje pozarządowe, mające siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiające młodzież i seniorów) m.in. koła gospodyń wiejskich, ochotnicze straże pożarne, kluby sportowe;</li> <li>• instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodki pomocy społecznej, parafie itp.;</li> <li>• mieszkańcy obszaru LSR;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• artykuły w prasie lokalnej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba artykułów w prasie lokalnej: min. 1</li> </ul>		liczba czytelników: min. 30% mieszkańców obszaru LSR <i>weryfikacja na podstawie nakładu gazety i założeniu, że 50% czytelników zapozna się z artykułem</i> liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 20% mieszkańców obszaru LSR <i>weryfikacja na podstawie liczniaka odwiedzin strony</i> liczba osób, które zapoznały się z informacjami na portalu społecznościowym: min. 10% mieszkańców każdej obszaru LSR <i>weryfikacja na podstawie liczniaka odwiedzin portalu (polubienia/udostępnienia)</i> liczba osób, które zapoznały się z treścią NEWSLETTERA: min. 5 osób/podmiotów/adresów na każde 10 tys. mieszkańców obszaru LSR zapisanych do newslettera <i>weryfikacja na podstawie liczniaka odwiedzin newslettera</i> liczba odbiorców e-maili: min. 50 <i>weryfikacja na podstawie wydruków adresatów e-maili</i> Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i wdrażaniu LSR – min. 20 osób.
2028 r.					<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba artykułów na stronie internetowej: min. 4</li> <li>• liczba artykułów na portalu społecznościowym Facebook: min. 48</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba wydań NEWSLETTERA: min. 4</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba wysłanych e-maili: średnio 1 e-mail na miesiąc</li> <li>• liczba ogłoszeń na tablicy informacyjnej</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>15 500 zł</b></p>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• p. dsiębiorycy, mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR;</li> <li>• osoby w niekorzystnej sytuacji tj. osoby młode, seniorzy, kobiety oraz niepełnosprawni.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• organizacja otwartego wydarzenia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba wydarzeń min. 1</li> </ul>	<p>liczba osób biorących udział w wydarzeniu: min. 100 uczestników wydarzenia, organizowanego przez LGD na każde 50 tys. mieszkańców obszaru objętego LSR w roku. Podczas wydarzenia LGD m.in. przedstawi swoje dotychczasowe działania oraz wsparcie, którego udzieliło, jak również poinformuje o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów.</p>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdym sołectwie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych: min. 42</li> </ul>	<p>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej, rejestru udzielonego doradztwa/informacji, przy założeniu, że każda osoba korzystająca z informacji w biurze LGD zapozna się z zamieszczonymi przed biurem ogłoszeniami</p> <p>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej oraz liczby wydanych materiałów informacyjnych i gadżetów reklamowych (sposób weryfikacji na podstawie rozchodu materiałów informacyjnych i reklamowych, notatek służbowych)</p> <p>liczba osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym w każdym sołectwie: min. 5 osób. Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnie informacji o</p>

					<p>potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców <sup>26.06.2022</sup> <del>gminy</del>. <sup>27.09.2021</sup> <del>gminy</del>. Ze spotkania powinien zostać sporządzony protokół podpisywany przez LGD oraz przedstawiciela/i grup docelowych działań komunikacyjnych z obszaru gminy. O terminie i miejscu spotkania powinien zostać powiadomiony ZW. <i>weryfikacja na podstawie listy obecności uczestników spotkania</i></p>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>organizacja spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdej gminie obszarze LSR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych: min. 3</li> </ul>	<p>Liczba osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym w każdej gminie: min. 10 osób. Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnie informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców gminy. Ze spotkania powinien zostać sporządzony protokół podpisywany przez LGD oraz przedstawiciela/i grup docelowych działań komunikacyjnych z obszaru gminy. O terminie i miejscu spotkania powinien zostać powiadomiony ZW. <i>weryfikacja na podstawie listy obecności uczestników spotkania</i></p>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>plakaty</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba plakatów: min. 50</li> </ul>	<p>Zakłada się, że min. 10 osób zapozna się z treścią 1 szt. plakatu <i>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej</i></p>



	Wspieranie i aktywizacja osób w niekorzystnej sytuacji	Animacja osób w niekorzystnej sytuacji	Osoby w niekorzystnej sytuacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>warsztaty aktywizujące</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba warsztatów: min. 2</li> </ul>	2 000,00 zł	Liczba osób uczestniczących w jednym warsztacie – min. 10. weryfikacja na podstawie list obecności uczestników warsztatów
2029 r.	Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR Prezentowanie efektów wdrażania LSR	Kampania informacyjna budująca pozytywny wizerunek LGD i LSR oraz informująca o efektach wdrażania LSR	<ul style="list-style-type: none"> <li>lokalni liderzy m.in. sołtysi, radni gmin, powiatów, województwa;</li> <li>jednostki sektora finansów publicznych, w tym jednostki organizacyjne JST;</li> <li>instytucje kulturalne i/lub edukacyjne, mające siedzibę na obszarze LSR m.in. biblioteki, domy kultury, szkoły;</li> <li>przedsiębiorcy – mikro i mali przedsiębiorcy;</li> <li>organizacje pozarządowe, mające siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiające młodzież i seniorów) m.in. koła gospodyń wiejskich, ochotnicze straże pożarne, kluby sportowe;</li> <li>instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodki pomocy społecznej, parafie itp.;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>artykuły w prasie lokalnej</li> <li>artykuły na stronie internetowej</li> <li>artykuły na portalu społecznościowym Facebook</li> <li>wydanie NEWSLETTERA</li> <li>Mailing – wewnętrzne bazy adresowe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba artykułów w prasie lokalnej: min. 1</li> <li>liczba artykułów na stronie internetowej: min. 4</li> <li>liczba artykułów na portalu społecznościowym Facebook: min. 48</li> <li>liczba wydań NEWSLETTERA: min. 4</li> <li>liczba wysłanych e-maili: średnio 1 e-mail na miesiąc</li> </ul>	15 500 zł	<p>liczba czytelników: min. 30% mieszkańców obszaru LSR</p> <p>weryfikacja na podstawie nakładu gazety i założeniu, że 50% czytelników zapozna się z artykułem</p> <p>liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 20% mieszkańców obszaru LSR</p> <p>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony</p> <p>liczba osób, które zapoznały się z informacjami na portalu społecznościowym: min. 10% mieszkańców każdej obszaru LSR</p> <p>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin portalu (polubienia/udostępnienia)</p> <p>liczba osób, które zapoznały się z treścią NEWSLETTERA: min. 5 osób/podmiotów/adresów na każde 10 tys. mieszkańców obszaru LSR zapisanych do newslettera</p> <p>weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin newslettera</p> <p>liczba odbiorców e-maili: min. 50</p> <p>weryfikacja na podstawie wydruków adresatów e-maili</p>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• mieszkańcy obszaru LSR;</li> <li>• przedsiębiorcy, mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR;</li> <li>osoby w niekorzystnej sytuacji tj. osoby młode, seniorzy, kobiety oraz niepełnosprawni.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ogłoszenia na tablicy informacyjnej</li> <li>• organizacja otwartego wydarzenia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba ogłoszeń na tablicy informacyjnej: min. 4</li> <li>• liczba wydarzeń min. 1</li> </ul>		<p>liczba ogłoszeń udostępnionych na tablicy informacyjnej siedzibach instytucji publicznych: min. 4</p> <p><i>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej</i></p> <p>liczba osób biorących udział w wydarzeniu: min. 100</p> <p>uczestników wydarzenia, organizowanego przez LGD na każde 50 tys. mieszkańców obszaru objętego LSR w roku. Podczas wydarzenia LGD m.in. przedstawi swoje dotychczasowe działania oraz wsparcie, którego udzieliło, jak również poinformuje o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów.</p> <p><i>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej oraz liczby wydanych materiałów informacyjnych i gadżetów reklamowych (sposób weryfikacji na podstawie rozchodu materiałów informacyjnych i reklamowych, notatek służbowych)</i></p> <p>liczba osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym w każdym sołectwie: min. 5 osób.</p> <p>Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnie informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców <sup>sołectwa</sup> gminy. Ze <sup>spotkania</sup> spotkania powinien zostać sporządzony protokół</p>
--	--	--	--	---	--	--	---

				<ul style="list-style-type: none"> <li>organizacja spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdej gminie obszaru LSR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych: min. 3</li> </ul>		<p>podpisywany przez LGD oraz przedstawiciela/i grup docelowych działań komunikacyjnych z obszaru gminy. O terminie i miejscu spotkania powinien zostać powiadomiony ZW.</p> <p>weryfikacja na podstawie listy obecności uczestników spotkania</p>
							<p>Liczba osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym w każdej gminie: min. 10 osób. Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnie informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców gminy. Ze spotkania powinien zostać sporządzony protokół</p> <p>podpisywany przez LGD oraz przedstawiciela/i grup docelowych działań komunikacyjnych z obszaru gminy. O terminie i miejscu spotkania powinien zostać powiadomiony ZW.</p> <p>weryfikacja na podstawie listy obecności uczestników spotkania</p>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>plakaty</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba plakatów: min. 50</li> </ul>		<p>Zakłada się, że min. 10 osób zapozna się z treścią 1 szt. plakatu</p> <p>weryfikacja na podstawie dokumentacji fotograficznej</p>

Źródło: Opracowanie własne.

Prezes Stowarzyszenia  
LGD „Podgródzie Toruńskie”  
*Wojciech Knieć*

Wiceprezes Stowarzyszenia  
LGD „Podgródzie Toruńskie”  
*Andrzej Wieczynski*

STOWARZYSZENIE  
LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA  
„Podgródzie Toruńskie”  
ul. Szymańskiego 12, 87-100 Toruń  
NIP 8792484927 REGON 34018974

