

IX. Plan komunikacji

1. Główne cele działań komunikacyjnych wynikające z przeprowadzonej analizy potrzeb/problemów komunikacyjnych

LGD „Dorzecze Bobrzy” podjęła następujące kroki, mające na celu diagnozę i społeczne wypracowanie założeń i metod stosowanych w procesie komunikacyjnym w ramach LSR 2014-2020:

1. Spotkania konsultacyjne w każdej gminie (po 2 spotkania, razem 10 spotkań)
2. Badania ankietowe na reprezentatywnej próbie mieszkańców LGD (150 ankiet)
3. Wywiady IDI z pracownikami biura (3 wywiady)
4. Ankiety Internetowe (25 odpowiedzi na ankietę)
5. Konsultacje społeczne online (17 komentarzy dotyczących planu komunikacji)

W ramach przeprowadzonych konsultacji i analiz, do najważniejszych wniosków zaliczyć należy:

- Blisko 80% respondentów słyszało o LGD „Dorzecze Bobrzy”, co świadczy o dużej rozpoznawalności Stowarzyszenia
- Pracownicy LGD mają duże doświadczenie w prowadzeniu działań komunikacyjnych, o czym świadczą liczne i zróżnicowane działania w minionym okresie programowania, a także duża rozpoznawalność (71%) realizowanych projektów wśród mieszkańców
- Problemem do rozwiązania nie jest rozpoznawalność marki, ale odpowiednia promocja generowanych wiadomości i informacji przez LGD oraz zbieranie opinii zwrotnych
- Najbardziej skutecznymi formami komunikacji z mieszkańcami obszaru są kolejno gazety lokalne, strony Internetowe Urzędu Gminy, strony Internetowe LGD oraz organizowane imprezy i festyny
- Najmniej skuteczną formą dotarcia do mieszkańców są portale społecznościowe, plakaty i billboardy
- Należy zwrócić szczególną uwagę na działania w Internecie, gdyż ludzie uważają ten kanał za przyszłościowy i ważny dla mieszkańców
- Należy podjąć działania mające na celu dotarcie z informacjami o działalności LGD do grupy defaworyzowanej (osoby defaworyzowane ze względu na sytuację na rynku pracy)

W związku z tak postawionymi wnioskami, do głównych celów realizacji planu komunikacji LGD „Dorzecze Bobrzy” należy zaliczyć:

- Informowanie i uzyskiwanie informacji zwrotnej o stanie realizacji LSR oraz działalności LGD
- Informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach, typach operacji i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR
- Promocja operacji realizowanych w ramach LSR
- Informowanie na temat prowadzonego doradztwa przez LGD „Dorzecze Bobrzy”
- Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności LGD „Dorzecze Bobrzy”
- Szczególne wsparcie procesu wdrażania LSR w zakresie tworzenia i utrzymania miejsc pracy
- Szerokie włączenie mieszkańców reprezentujących różne sektory i grupy interesów w proces wdrażania oraz monitoringu i ewaluacji LSR
- Szczególne uwzględnienie grupy defaworyzowanej w zakresie informowania i uzyskiwania informacji zwrotnej nt. wdrażania LSR i realizowanych operacji

2. Działania komunikacyjne oraz odpowiadające im środki przekazu

W ramach działań komunikacyjnych oraz wykorzystywanych środków przekazu zdecydowano, że najbardziej odpowiadającym oczekiwaniom mieszkańców obszaru działania LGD schematem, będzie duże zróżnicowanie metod, utrzymanie dotychczasowych kanałów komunikacji, które się sprawdziły, a także inwestycja w nowoczesne formy przekazu, które do tej pory nie były szeroko wykorzystywane. Są to adekwatne metody do preferencji wykrystalizowanych w procesie tworzenia i konsultacji planu komunikacyjnego, dzięki którym postawiono wyżej wspomniane wnioski, oraz ustalono hierarchię najbardziej preferowanych środków przekazu.

Wśród podejmowanych działań należy wyróżnić:

Działanie	Opis
Kampanie informacyjne	będą dotyczyły wybranych celów głównych planu komunikacji. Za kampanię informacyjną uznaje się szereg działań komunikacyjnych podejmowanych w ramach jednego celu, wykorzystujących zróżnicowane środki przekazu.
Badania satysfakcji	badanie satysfakcji odbywać się będzie poprzez uzupełnianie formularzy/ankiet przez beneficjentów (uczestników) wybranych wydarzeń.
Doradztwo	prowadzone w biurze LGD doradztwo przez pracowników LGD będzie formą indywidualnych

indywidualne	konsultacji spraw związanych z LGD i LSR
Doradztwo grupowe	organizowane spotkania dotyczące możliwości włączenia się we wdrażanie LSR, realizowanie operacji w ramach LSR i innych projektów, poza Leaderem.
Warsztaty tematyczne	organizowane przez LGD warsztaty dotyczyć będą precyzyjnie zaplanowanych obszarów (współ)działalności zdefiniowanych grup docelowych
Wydarzenia promocyjne	odbywać się będą różne formy imprez i wyjazdów, na których grupy adresatów będą mogli zdobywać wiedzę i informacje o LGD i LSR
Bieżąca publikacja informacji	pracownicy LGD będą na bieżąco udostępniali informacje poprzez dostępne kanały komunikacyjne Stowarzyszenia oraz partnerów
Wydawnictwa i publikacje	w ramach działań komunikacyjnych podejmowane będą również starania publikacji ogłoszeń/artykułów w mediach lokalnych i ponadlokalnych. Dodatkowo, LGD będzie wydawał foldery, broszury itp. służące rozpowszechnianiu informacji nt. LSR 2014-2020 oraz LGD
Punkty konsultacyjne	w ramach udziału w różnych wydarzeniach organizowanych na terenie działania, LGD będzie organizował punkty konsultacyjne. Będzie to uzupełnienie działalności informacyjnej i doradczej organizowanej w biurze.

3. Główni adresaci działań komunikacyjnych (grupy docelowe)

Elementem przeprowadzonej analizy było także określenie grup docelowych działań komunikacyjnych oraz określenie ich potrzeb w zakresie komunikacji. Uznano, że zastosowane działania komunikacyjne oraz środki przekazu/ sposoby komunikacji powinny w szczególności skupiać się na grupach docelowych przedsięwzięć realizowanych w ramach wdrażania LSR:

1. Osoby defaworyzowane ze względu na sytuację na rynku pracy – podejmowane działania komunikacyjne w szczególności będą nakierowane na dotarcie do osób defaworyzowanych. W związku z tym wykorzystane zostaną nie tylko działania informacyjne sensu stricto, ale również współpraca z instytucjami, dzięki którym dotarcie do tych osób będzie łatwiejsze, czyli instytucjami zajmującymi się osobami bezrobotnymi i/lub osobami z niekorzystną sytuacją finansową.
2. Przedsiębiorców i osoby chcące podjąć działalność gospodarczą – jednym z głównych celów realizacji Strategii jest rozwój lokalnej gospodarki poprzez tworzenie miejsc pracy i rozwój lokalnych przedsiębiorców, dlatego podejmowane działania komunikacyjne będą kierowane szczególnie również do tej grupy.

3. Przedstawiciele NGO i JST – współpraca i informowanie przedstawicieli NGO i JST będzie o tyle ważne, że jednym z celów LGD „Dorzecze Bobrzy” jest utrzymanie i rozwój dotychczasowej szerokiej współpracy z tymi instytucjami. Są to z jednej strony partnerzy w różnych działaniach w ramach wdrażania LSR (często beneficjenci), a z drugiej dzięki realizowanym funkcjom są też „nośnikami” informacji, która może za ich pośrednictwem dotrzeć do większej ilości ludzi.
4. Mieszkańców – ogół mieszkańców jest należy również traktować jako ważną grupę odbiorców niektórych działań komunikacyjnych. Jednym z głównych celów Strategii LGD „Dorzecze Bobrzy” jest aktywizacja społeczna, w związku z tym szereg podejmowanych działań będzie skierowany do wszystkich mieszkańców. Ważnym zadaniem w ramach tego działania będzie dotarcie (poprzez zróżnicowanie kanałów przekazu, zaangażowanie różnych instytucji i liderów) do osób, które nie mają doświadczenia w udziale w życiu społeczności lokalnej.

4. Zakładane wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych

Szczegółowy wykaz wskaźników znajduje się w poniższej tabeli. Są one powiązane z odpowiednimi pozycjami w budżecie LSR (Rozdział VIII). Zastosowane wskaźniki spójne są także ze wskaźnikami działań podejmowanych w ramach aktywizacji społeczności lokalnej, które uwzględnione zostały w macierzy logicznej (Rozdział V) oraz założeniami włączenia społeczności lokalnej w działanie LGD i wdrażanie LSR (Rozdział II).

5. Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu

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

1. Bieżącą analizę liczby uczestników/odbiorców poszczególnych działań. Zebranie poszczególnych danych z prowadzonych działań i stosowania środków przekazu będzie odbywało się na podstawie zbieranych przez pracowników LGD informacji (listy uczestników, ankiety satysfakcji, uczestnictwo w wydarzeniach) oraz za pomocą specjalnych pomiarów (liczba odwiedzających stronę, liczba odbiorców danego medium). Dzięki bieżącemu kontrolowaniu tego ilu było odbiorców/uczestników danego działania komunikacyjnego i stosowanego środka przekazu, możliwe będzie szybkie reagowanie przez pracowników LGD, Komisję Rewizyjną i Zarząd w celu poprawy jakości realizowanych działań, zmiany realizowanych działań lub rezygnacji z realizowanych w danym zakresie działań. Zakłada się prowadzenie cyklicznych podsumowań –

miesięcznych oraz półrocznych, w których zbierane dane będą stanowiły podstawę do wydania przez Komisję Rewizyjną opinii na temat skuteczności i efektywności działań. Podejmowane działania będą ponadto prowadzone zgodnie z założeniami planu monitoringu opisanego w rozdziale XII LSR „Dorzecze Bobrzy”.

2. Ewaluację prowadzoną w trakcie wdrażania (ewaluacja on-going) – dzięki przeprowadzonej ewaluacji możliwe będzie zebranie dodatkowych danych dotyczących działalności komunikacyjnej LGD. Zebranie danych po dwóch latach działalności pozwoli na szerokie spojrzenie podejmowane działania pod kątem podstawowych kryteriów ewaluacji. Opis ewaluacji planu komunikacyjnego zawiera rozdział XII.

W obu przypadkach, wyniki pokazujące skuteczność prowadzonych działań będą przedstawiane Komisji Rewizyjnej i konsultowane z Zarządem LGD. Komisja Rewizyjna będzie przygotowywała propozycje wprowadzenia zmian i podniesienia skuteczności zaplanowanych działań.

6. Opis wniosków/opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych, sposobu ich wykorzystania w procesie realizacji LSR

Lokalna Grupa Działania „Dorzecze Bobrzy” będzie podejmowała następujące działania z zakresu pozyskania informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR (są one spójne z opisem znajdującym się w Rozdziale II Partycypacyjny charakter LSR niniejszej strategii oraz rozdziałem XII Monitoring i ewaluacja):

1. Prowadzenie konsultacji społecznych, warsztatów oraz grupowego doradztwa
2. Prowadzenie badań społecznych z zastosowaniem kwestionariuszy ankiet, wywiadów FGI i IDI, w tym ankiet oceniających wybrane przedsięwzięcia funkcjonowania LGD i realizacji LSR (w tym podczas spotkań informacyjnych o zasadach realizacji LSR)
3. Prowadzenie punktu konsultacyjnego w biurze LGD
4. Możliwość kontaktu z pracownikami LGD bezpośrednio, telefonicznie, Internetowo
5. Organizację i uczestnictwo w imprezach wraz z punktem informacji LGD
6. Prowadzenie ankiet Internetowych
7. Prowadzenie monitoringu oraz ewaluacji zgodnie z opisanym schematem w Rozdziale XII

Pozyskiwane w ten sposób informacje będą poddawane analizie przez pracowników biura, Zarząd, Komisję Rewizyjną, a w określonych przypadkach (np. kiedy ocenie będą poddawane organy LGD i/lub pracownicy biura) ekspertów zewnętrznych, którzy będą przedstawiali wnioski wskazujące konieczność wprowadzenia zmian, aktualizacji. W

przypadku wykrycia sytuacji problemowej lub niesatysfakcjonującej akceptacji społecznej któregoś z wymiarów działania LGD i/lub wdrażania LSR, Komisja Rewizyjna LGD po zapoznaniu się z przedstawioną analizą przygotowaną przez odpowiedni podmiot (pracowników lub ekspertów zewnętrznych) lub mieszkańców, jeśli będą miały miejsce skargi bezpośrednio, będzie podejmował kroki naprawcze zgodnie ze schematem zarządzania sytuacją kryzysową: a) Rozpoznanie problemu b) Rozpoznanie przyczyn problemu c) Wprowadzenie niezbędnych zmian/aktualizacji w celu rozwiązania przyczyn problemu (jeśli będzie to konieczne, Komisja Rewizyjna będzie zwoływała zebranie innych organów, aby przeprowadzić procedury zmian zgodnie z założeniami regulaminów) d) Publikowanie informacji na temat prowadzonego postępowania m.in. na stronie Internetowej LGD.

Podobny schemat postępowania będzie obowiązywał w przypadku stwierdzenia wyjątkowej skuteczności zastosowanych metod. Wtedy, do decyzji Komisji Rewizyjnej będzie należało, czy warto wprowadzić zmiany oparte nie na negatywnych doświadczeniach, a pozytywnych wnioskach z prowadzonych analiz.

Ważną zasadą, którą bezwzględnie będzie przestrzegało LGD, jest pełna transparentność i przejrzystość stosowanych zasad i procedur, dlatego również w sytuacji problemowej, zespół LGD (pracownicy, członkowie) będą zobligowani do pełnego informowania o przyjętych rozwiązaniach również w kontaktach bezpośrednich. W związku z tym, LGD „Dorzecze Bobrzy” będzie upubliczniało wyniki działań w ramach planu komunikacji w sprawozdaniach rocznych zamieszczanych na stronie Internetowej LGD. Dodatkowo, każdorazowo po przeprowadzonych działaniach komunikacyjnych wpisanych w Plan komunikacji będą publikowane ogłoszenia w zakładce aktualności na stronie LGD, które będą podsumowywały dane działanie.

7. Całkowity budżet przewidziany na działania komunikacyjne

Całkowity budżet przewidziany na działania komunikacyjne wynosi XXX. Jego uszczegółowienie zostało zawarte w Rozdziale VIII Budżet. W Budżecie LSR mają odniesienie wszystkie zaplanowane i zaprezentowane poniżej działania.

Termin	Cel komunikacji	Działania komunikacyjne	Adresaci działań komunikacyjnych	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych	Planowane efekty działań komunikacyjnych
Cały okres wdrażania LSR	Informowanie i uzyskiwanie informacji zwrotnej o stanie realizacji LSR oraz działalności LGD	Bieżące publikacje informacji Doradztwo indywidualne Badania satysfakcji	Osoby defaworyzowane Przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć działalność gospodarczą Przedstawiciele NGO i JST Ogół mieszkańców	Komunikacja bezpośrednia Komunikacja telefoniczna Komunikacja mailowa Komunikacja za pośrednictwem strony Internetowej LGD i partnerów	Liczba opublikowanych komunikatów informacyjnych na stronach internetowych LGD i partnerów nt. stanu realizacji LSR oraz działalności LGD w miesiącu Liczba udzielonego doradztwa indywidualnego w biurze LGD w formie bezpośredniej lub pośredniej w danym miesiącu Średnia ocena poszczególnych aspektów działania LGD i wdrażania LSR wyrażona przez respondentów w badaniach satysfakcji	Poinformowanie społeczności lokalnej o stanie realizacji LSR oraz działalności LGD Uzyskanie informacji zwrotnej nt. stanu realizacji LSR oraz działalności LGD Zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD
Druga połowa 2016 oraz Druga połowa 2017	Informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach, typach operacji i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR	Kampanie informacyjne Doradztwo indywidualne Doradztwo grupowe Bieżące publikacje informacji Punkty konsultacyjne	Osoby defaworyzowane Przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć działalność gospodarczą Przedstawiciele NGO i JST	Komunikacja bezpośrednia Komunikacja telefoniczna Komunikacja mailowa Komunikacja za pośrednictwem strony Internetowej LGD i partnerów Ogłoszenia w lokalnych mediach Stoiska informacyjne Mailing do potencjalnych wnioskodawców	Liczba udzielonego doradztwa indywidualnego w biurze LGD w formie bezpośredniej lub pośredniej w półroczu Liczba zorganizowanych spotkań (doradztwo grupowe) w formie bezpośredniej w półroczu Liczba opublikowanych postów na stronie LGD i partnerów Liczba ogłoszeń w lokalnych mediach Liczba potencjalnych wnioskodawców do których zostały wysłane informacje mailingiem Liczba zorganizowanych punktów konsultacyjnych	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i składania wniosków na operacje w ramach budżetu LSR Zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD

<p>Druga połowa 2016</p> <p>Druga połowa 2018</p>	<p>Promocja operacji realizowanych w ramach LSR</p>	<p>Wydawnictwa i publikacje</p> <p>Wydarzenia promocyjne</p>	<p>Osoby defaworyzowane</p> <p>Przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć działalność gospodarczą</p> <p>Przedstawiciele NGO i JST</p>	<p>Folder i broszury promocyjne</p> <p>Imprezy promocyjne</p> <p>Wizyty studyjne do wnioskodawców, którzy zrealizowali operacje w ramach LSR</p> <p>Promocja w Internecie (stworzenie wirtualnego przewodnika po zrealizowanych projektach)</p>	<p>Liczba wydanych folderów i broszur promocyjnych</p> <p>Liczba osób które odwiedziły stoisko LGD podczas imprez promocyjnych (karty porad, materiały promocyjne, dok. zdjęciowa)</p> <p>Liczba zaproszonych gości na wizyty studyjne do wnioskodawców, którzy zrealizowali operacje w ramach LSR</p> <p>Liczba stworzonych przewodników po zrealizowanych projektach</p>	<p>Wzrost wiedzy społeczności lokalnej nt. realizowanych „wokół” nich projektów</p> <p>Podwyższenie świadomości nt. działalności LGD</p> <p>Pobudzenie społeczności lokalnej do włączenia się w realizację LSR</p>
<p>Pierwsza połowa 2019</p> <p>oraz</p> <p>Druga połowa 2020</p>	<p>Informowanie na temat prowadzonego doradztwa przez LGD „Dorzecze Bobrzy”</p>	<p>Wydawnictwa i publikacje</p> <p>Wydarzenia promocyjne</p>	<p>Osoby defaworyzowane</p> <p>Przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć działalność gospodarczą</p> <p>Przedstawiciele NGO i JST</p> <p>Ogół mieszkańców</p>	<p>Komunikacja bezpośrednia</p> <p>Komunikacja telefoniczna</p> <p>Komunikacja mailowa</p> <p>Strona www LGD i partnerów</p> <p>Stoiska informacyjne</p>	<p>Liczba opublikowanych komunikatów informacyjnych na stronach www LGD oraz partnerów oraz działalności LGD w miesiącu</p> <p>Liczba udzielonego doradztwa indywidualnego w biurze LGD w formie bezpośredniej lub pośredniej w danym miesiącu</p> <p>Średnia ocena poszczególnych aspektów działania LGD i wdrażania LSR wyrażona przez respondentów w badaniach satysfakcji</p> <p>Liczba zorganizowanych punktów konsultacyjnych</p>	<p>Poinformowanie społeczności lokalnej o stanie realizacji LSR oraz działalności LGD</p> <p>Uzyskanie informacji zwrotnej nt. stanu realizacji LSR oraz działalności LGD</p> <p>Zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD</p>
<p>Cały okres wdrażania LGD</p>	<p>Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalność i LGD „Dorzecze</p>	<p>Bieżące publikacje informacji</p> <p>Doradztwo indywidualne</p>	<p>Osoby defaworyzowane</p> <p>Przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć działalność</p>	<p>Ogłoszenia w lokalnych mediach</p> <p>Stoiska informacyjne</p> <p>Mailing do potencjalnych</p>	<p>Liczba ogłoszeń w lokalnych mediach</p> <p>Liczba potencjalnych wnioskodawców do których zostały wysłane informacje mailingiem</p>	<p>Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD</p> <p>Wzrost liczby mieszkańców znających</p>

	Bobrzy”	<p>e</p> <p>Badanie satysfakcji</p> <p>Punkty konsultacyjne</p>	<p>gospodarczą</p> <p>Przedstawiciele NGO i JST</p> <p>Ogół mieszkańców</p>	<p>wnioskodawców</p> <p>Strona www LGD i partnerów</p> <p>Folder i broszury promocyjne</p> <p>Impreza promocyjna</p> <p>Publikacja LGD</p>	<p>Liczba zamieszczonych ogłoszeń na stronie www LGD</p> <p>Liczba wydanych i broszur promocyjnych</p> <p>Liczba imprez promocyjnych w których uczestniczyła LGD</p> <p>Liczba wydanych publikacji LGD</p>	<p>założenia funkcjonowania LGD i wdrażania LSR</p> <p>Pozytywna ocena działalności LGD „Dorzecze Bobrzy” na rzecz rozwoju lokalnego wśród społeczności lokalnej</p>
<p>Pierwsza połowa 2016</p> <p>oraz</p> <p>pierwsza połowa 2018</p> <p>oraz</p> <p>druga połowa 2020</p>	<p>Szczególne wsparcie procesu wdrażania LSR w zakresie tworzenia i utrzymania miejsc pracy</p>	<p>Kampanie informacyjne</p> <p>Wydarzenia promocyjne</p> <p>Bieżące publikacje informacji</p> <p>Wydawnictwa i publikacje</p>	<p>Osoby defaworyzowane</p> <p>Przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć działalność gospodarczą</p>	<p>Komunikacja bezpośrednia</p> <p>Komunikacja telefoniczna</p> <p>Komunikacja mailowa z wnioskodawcami</p> <p>Ogłoszenia w lokalnych mediach</p> <p>Stoiska informacyjne</p> <p>Mailing do potencjalnych wnioskodawców</p> <p>Strona www LGD i partnerów</p>	<p>Liczba udzielonego doradztwa indywidualnego w biurze LGD w formie bezpośredniej lub pośredniej w półroczu</p> <p>Liczba zorganizowanych spotkań (doradztwo grupowe) w formie bezpośredniej w półroczu</p> <p>Liczba opublikowanych postów na stronie LGD</p> <p>Liczba ogłoszeń w lokalnych mediach</p> <p>Liczba potencjalnych wnioskodawców do których zostały wysłane informacje mailingiem</p> <p>Liczba zorganizowanych punktów konsultacyjnych</p>	<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i składania wniosków na operacje w ramach budżetu LSR</p> <p>Zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD</p>
<p>Druga połowa 2016</p> <p>oraz</p> <p>druga połowa</p>	<p>Szerokie włączenie mieszkańców reprezentujących różne sektory i grupy interesów w proces</p>	<p>Kampanie informacyjne</p> <p>Doradztwo indywidualne</p>	<p>Osoby defaworyzowane</p> <p>Przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć działalność gospodarczą</p>	<p>Ogłoszenia na www LGD i partnerów</p> <p>Mailing z informacją nt. prowadzonych działań</p> <p>Ogłoszenia w lokalnych</p>	<p>Liczba opublikowanych postów na stronie LGD i partnerów</p> <p>Liczba ogłoszeń w lokalnych mediach nt. prowadzonego monitoringu i ewaluacji</p> <p>Liczba osób do których został wysłany mailing</p>	<p>Wzrost udziału mieszkańców w procesie monitoringu i ewaluacji LSR i LGD</p>

2017	wdrażania oraz monitoringu i ewaluacji LSR	Doradztwo grupowe Bieżące publikacje informacji Punkty konsultacyjne	Przedstawiciele NGO i JST Ogół mieszkańców	mediach		
Druga połowa 2015 oraz pierwsza połowa 2018 oraz pierwsza połowa 2022	Szczególne uwzględnienie grupy defaworyzowanej w zakresie informowania i uzyskiwania informacji zwrotnej nt. wdrażania LSR i realizowanych operacji	Kampania informacyjna Bieżące publikacje informacji	Osoby defaworyzowane	Ogłoszenia na www LGD i partnerów Ogłoszenia na www UG Mailing z informacją nt. prowadzonych działań Ogłoszenia w lokalnych mediach Współpraca z partnerami Foldery i broszury	Liczba opublikowanych postów na stronie LGD Liczba zamieszczonych ogłoszeń na stronie www Urzędów Gmin Liczba ogłoszeń w lokalnych mediach nt. prowadzonego monitoringu i ewaluacji Liczba wydanych folderów i broszur	Wzrost zainteresowania działalnością LGD i wdrażaniem LSR przez osoby defaworyzowane Uwzględnienie opinii osób defaworyzowanych w działalności LGD i wdrażaniu LSR

