

Prezentacja **głównych celów** i przesłanek leżących u podstaw opracowania Planu komunikacji z lokalną społecznością.

1: Poinformowanie mieszkańców terenu LGD o działaniach przewidzianych do realizacji przez LGD wraz z udrożnieniem mechanizmów komunikacji wzajemnej.

2: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o celach głównych LSR, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR.

3: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach interpretacji kryteriów oceny używanych przez Radę Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego.

4: Uzyskanie informacji zwrotnej na temat jakości pomocy świadczonej przez LGD w kontekście wprowadzenia ewentualnych korekt/uprawnie oferowanej pomocy.

Opis **działań komunikacyjnych i grup docelowych** oraz **środków przekazu**, w tym **działań podejmowanych w przypadku problemów z realizacją LSR**, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD itd.

Działanie 1:

Działania – komunikacja w przestrzeni internetowej

Polem dla tych działań komunikacyjnych jest Internet i szerokie spectrum możliwych działań informacyjnych, komunikacyjnych, jakie medium to otwiera.

- docieranie z informacją do szerokiego grona mieszkańców obszaru LGD (różne grupy wiekowe, o różnym statusie materialnym, wykształceniu, etc.), w nieograniczonym czasie (całodobowo), w czasie rzeczywistym (od momentu pokazania się wiadomości), bez ograniczeń przestrzennych (miejsca udzielania informacji),
- pozwalają także na dotarcie z informacjami i udrożnienie procesu komunikacji wzajemnej z osobami posiadającymi niepełnosprawności ruchowe,
- to także skuteczny sposób dotarcia do osób opiekujących się osobami zależnymi.

W skład działań komunikacyjnych, prowadzonych w przestrzeni internetowej, wchodzi następujące środki przekazu:

- strona www Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego (z licznikiem odwiedzin),
- strony www gmin Niepołomice, Wieliczka oraz Kłaj (administrowane przez Urzędy Gmin),
- profil Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego prowadzony na portalu społecznościowym Facebook (licznik osób obserwujących),

Działanie 2:

Działania informacyjne / komunikacyjne opierające się na kontaktach bezpośrednich

W społecznościach wiejskich nie do przecenienia jest kontakt bezpośredni – tutaj liczą się lokalne autorytety i działanie konkretnymi przykładami. Do zaangażowania społeczności lokalnych w konkretne działania łatwiej namówić/zachęcać/zmotywować tacy partnerzy jak np. popularni w swoim środowisku sołtysi, księża, osoby już zasłużone w pielęgnowaniu i krzewieniu na

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

przykład kultury czy rozwoju lokalnej przedsiębiorczości, niż tylko drukowane ulotki, czy nawet artykuły, apele publikowane w prasie lokalnej czy w serwisach internetowych. W działaniach informacyjno-edukacyjnych, które za cel stawiają sobie aktywizację, czyli zaangażowanie praktyczne, a nie tylko bierną akceptację, istotną rolę odgrywają takie środki przekazu jak spotkania bezpośrednie, czynny udział w imprezach lokalnych/promocyjnych, itp. Okazję do specyficznych, odrębnych form przekazu dają szkoły (pogadanki, pokazy, spotkania) oferowane młodzieży. Sama młodzież szkolna jest też skutecznym kanałem przekazu ustnego w stosunku do rodziców, dziadków, rodzeństwa. Uczniowie mogą być też pośrednikami w dystrybucji informacji o działaniu LGD wśród swoich rodzin.

Działania komunikacyjne opierające się na kontaktach bezpośrednich **przeciwdziałają wykluczeniu społecznemu**, wzmacniają kapitał społeczny, ponieważ pozwalają na:

- prowadzenie komunikacji z osobami, grupami mieszkańców które mogą podlegać wykluczeniu cyfrowemu,
- dodatkowo pozwalają docierać z przekazem do osób mających problemy z przemieszczaniem się na większe odległości czy to ze względów na niepełnosprawność, czy opiekę nad osobami zależnymi, czy inne osobiste sytuacje/zobowiązania (m.in.: organizacja spotkań w sołectwach),
- czy osób bezrobotnych dla których spotkania blisko miejsca zamieszkania z pewnością będą atrakcyjne z ekonomicznego punktu widzenia,
- docieranie do grupy odbiorców skupionej w jednej lokalizacji – szkoły.

W skład działań opierających się na kontaktach bezpośrednich wchodzi następujące środki przekazu:

- spotkania/pogadanki w szkołach (o lokalnej tożsamości – spotkania z ciekawymi ludźmi z terenu w kontekście kreowania produktów lokalnych, rozwoju przedsiębiorczości, etc.),
- informacje kierowane do wiernych z wykorzystaniem ogłoszeń duszpasterskich w kościołach (przesyłane mailowo do parafii),
- punkty informacyjne Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego działające w ramach imprez lokalnych,
- udział w targach (tematyka: turystyka, agroturystyka, zdrowa żywność, produkt lokalny) – spotkania z „otoczeniem” Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego.

Działanie 3:

Szeroka kampania informacyjna

Kampania informacyjna dotycząca głównych założeń LSR na lata 2025 – 2029. W ramach kampanii informacyjnej uwaga skupiona będzie na szerokim i skutecznym poinformowaniu potencjalnych wnioskodawców o celach LSR, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji jakie będą mogły być wspierane z budżetu LSR. Ponadto w ramach kampanii informacyjnej potencjalni wnioskodawcy będą informowani o zasadach interpretacji kryteriów oceny używanych przez Radę Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego.

W skład kampanii informacyjnej wchodzi następujące środki przekazu (charakterystyczne dla działań komunikacyjnych wprowadzonych w przestrzeni Internetu, opartych na kontaktach bezpośrednich jak i działań o charakterze informacyjno-edukacyjnym):

- bazujące na działaniach prowadzonych w przestrzeni Internetu skoncentrowanych jednak wyraźnie na realizacji dwóch celów komunikacyjnych celu nr 2 i celu nr 3
 - strona www Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego (z licznikiem odwiedzin)
 - strony www gmin Niepołomice, Wieliczka oraz Kłaj (administrowane przez Urzędy Gmin)
 - profil Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego prowadzona na portalu społecznościowym Facebook (licznik osób obserwujących),
- spotkania informacyjno-edukacyjne w sołectwach przed pierwszymi naborami w perspektywie finansowej 2023-2027.
- informacje kierowane do wiernych z wykorzystaniem ogłoszeń duszpasterskich w kościołach (przed naborami – rozsyłane mailowo do parafii),
- spotkania informacyjno-edukacyjne dla potencjalnych wnioskodawców/beneficjentów przed naborami w perspektywie finansowej 2025-2027
- prasa – artykuły informacyjne, m.in. Gazeta Krakowska, Dziennik Polski, Gazeta Niepołomicka, Samodzielność (Kłaj), Puls Wieliczki, Panorama Powiatu Wielickiego,

Działanie 4:

Działania informacyjno – edukacyjne

Podmiotem dla wszystkich aktywności prowadzonych w ramach tych działań komunikacyjnych jest edukacja, czyli poszerzanie wiedzy oraz doskonalenie umiejętności w danym obszarze.

Działania informacyjno - edukacyjne służą osiągnięciu **celu komunikacyjnego nr 1**.

Działania komunikacyjne informacyjno - edukacyjne **przeciwdziałają wykluczeniu społecznemu**, wzmacniają kapitał społeczny ponieważ dzięki różnorodności środków przekazu, jakie wykorzystują, pozwalają na dotarcie do różnych grup odbiorców przy użyciu różnych kanałów dotarcia przez wykorzystanie tradycyjnych mediów przekazu informacji (prasa) jak również form cyfrowych.

W skład działań komunikacyjnych, bazujących na informacji i edukacji, wchodzi następujące środki przekazu:

- prasa – artykuły informacyjne, m.in. Gazeta Krakowska, Dziennik Polski, Gazeta Niepołomska, Samodzielność (Kłaj), Puls Wieliczki, Panorama Powiatu Wielickiego,

Jako grupy docelowe działań komunikacyjnych należy wymienić:

- Społeczność z obszaru działania Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego (bez typologizacji).
- Społeczność z obszaru działania Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego korzystająca z Internetu.
- Młodzież ucząca się (poziom szkół ponadpodstawowych – ostatek klasy).
- Osoby fizyczne z obszaru działania Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego.
- Przedsiębiorcy z obszaru działania Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego.
- Organizacje pozarządowe z obszaru działania Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego.

Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych.

Opis zakładanych wskaźników

1. licznik odwiedzin na stronie www LGD;
2. aktualizacja informacji na stronie www LGD (minimum raz w miesiącu); - w postaci posta.
3. aktualizacja informacji na stronach www gmin LGD (minimum raz na 3 miesiące); - w postaci informacji o działania LGD przesłanych przez LGD lub informacji ze strony Gminy zawierającej treść odnoszącą się do realizacji LSR w ramach inwestycji, wydarzenia.
4. aktywność na stronie LGD na Facebooku (minimum 1 raz na tydzień); - w postaci posta lub wydarzenia; udostępnienia posta lub wydarzenia z innego profilu; lub aktywności w relacji;
5. 28 sztuk ogłoszeń duszpasterskich (jedno ogłoszenie na parafię); - przesłanych drogą mailową w ramach propozycji treści ogłoszenia duszpasterskiego
6. działanie 3 sztuk punktów informacyjnych Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego (w ramach imprez lokalnych realizowanych w 2024 r.); w postaci namiotu z wykorzystaniem stoiska w ramach którego zainteresowane osoby będą mogły uzyskać informacje i pobrać darmowe materiały informacyjne drukowane,
7. 4 sztuk udziału w targach (na przestrzeni 2025 – 2028). – płatne stoisko na targach z wykorzystaniem podmiotów z obszaru LGD – KGW, Stowarzyszenia, NGO, grupy nieformalne, lokalni producenci

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

8. informacje o naborach (konkursy, projekty grantowe) na stronie www LGD, stronach www gmin – Niepołomice, Wieliczka, Kłaj, profilu LGD na Facebook (przed każdym naborem); - w postaci krótkich postów z numerem naboru, terminem, pulą i realizowanym przedsięwzięciem oraz funduszem.
9. 28 sztuk ogłoszeń duszpasterskich przed każdym naborem do konkursów i/lub projektów grantowych (jedno ogłoszenie na parafię, w przypadku gdy nabory odbywają się w tym samym terminie wystarczy jedna edycja ogłoszeń – wysyłanych drogą mailową); - w postaci mailowych informacji z numerem naboru, terminem, pulą i przedsięwzięciem oraz funduszem jako propozycja treści ogłoszenia duszpasterskiego
10. 1 spotkanie informacyjno-edukacyjne dla potencjalnych wnioskodawców przed każdym naborem (w przypadku gdy nabory odbywają się w tym samym terminie wystarczy jedna edycja spotkań – rok 2025); - organizowane w jednym miejscu na terenie/w siedzibie LGD przed terminem naboru w danych przedsięwzięciu. Otwarte, darmowe, zawierające prezentację zasad naboru i omówienie kryteriów wyboru.
11. krótka notka informacyjna w prasie lokalnej (jeden tytuł przed każdym naborem, w przypadku gdy nabory odbywają się w tym samym terminie wystarczy jedna edycja); w postaci informacji w wydaniu drukowanym lub internetowym z numerem naboru, terminem, pulą i przedsięwzięciem oraz funduszem;
12. badania ankietą dostępną on-line do pobrania ze strony www Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego – w postaci dostępnej na stronie www ankiety do pobrania.
13. 1 sztuka badania społeczne ilościowe na próbie N:300 mieszkańców z obszaru LGD; - w postaci wyniku ankiety przeprowadzonej w terenie na mieszkańcach wszystkich gmin członkowskich
14. 1 sztuka badania w działaniu z zaangażowaniem młodzieży z obszaru LGD; - w postaci badania na uczniach ostatnich klas ponadpodstawowych
15. 1 cykl badawczy (za okres 2024 – 2028 z badaniem prowadzonym w roku 2029). - W oparciu o zebrane ankiety audytoryjne przeprowadzone w ramach spotkań z mieszkańcami obszaru LGD);
16. 1 cykl badawczy metodą CAWI - ankieta on-line – samokodujące się narzędzie badawcze (za okres 2024 – 2028 z badaniem prowadzonym w roku 2029) – w postaci ankiety online na stronie www LGD
17. 1 cykl badawczy beneficjentów środków z LSR badania CAWI – ankieta on-line. – ankiety pobrane od beneficjentów projektów z naborów z lat 2024-2028.

Efekty działań komunikacyjnych:

Cel 1: Poinformowanie mieszkańców terenu LGD o działaniach przewidzianych do realizacji przez Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego wraz z udrożnieniem mechanizmów komunikacji wzajemnej.

Efekty:

- mieszkańcy obszaru LGD wiedzą o działaniach prowadzonych przez LGD – wzrost wiedzy o 20% w okresie 2024 – 2029.

Cel 2: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o celach głównych LSR, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR.

Efekty:

- Wnioskodawcy (osoby fizyczne oraz przedsiębiorcy) mają wiedzę o celach głównych LSR, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji – wzrost wiedzy u każdej z grup o 20% w okresie 2024 – 2028.

Cel 3: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach interpretacji kryteriów oceny używanych przez Radę Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego.

Efekty:

- Wnioskodawcy (osoby fizyczne oraz przedsiębiorcy) mają wiedzę o zasadach interpretacji kryteriów oceny używanych przez Radę Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego – wzrost wiedzy u każdej z grup w okresie 2025 – 2028

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

Cel 4: Uzyskanie informacji zwrotnej na temat jakości pomocy świadczonej przez Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego w kontekście wprowadzenia ewentualnych korekt/uprawnień oferowanej pomocy.

Efekty:

- Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego dysponuje wiedzą z procesu ewaluacji własnej działalności i w oparciu o nią wprowadza stosowne korekty i usprawnienia (badanie on-line na stronie www w ciągłym użyciu (w latach 2024-2029) i jeden cykl ewaluacyjny w 2029 za lata 2024-2028).

Opis sposobu, w jaki będzie analizowana **efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu** (w tym tryb korygowania planu komunikacji).

Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu

Prowadzone działania komunikacyjne będą poddawane cyklicznym badaniom efektywności, na które składać się będzie zbiór różnych technik i narzędzi badawczych. Należą do nich będą:

- badania ilościowe prowadzone z wykorzystaniem:
 - kwestionariusza ankiety prowadzonej w technice ankiety audytoryjnej,
 - badania PAPI – zadowolenia mieszkańców,w ramach których będą zastosowane pytania dotyczące wzrostu działań komunikacyjnych,
- badania w działaniu w ramach których mieszkańcy będą pytani m.in. o to, czy widzieli plakaty, ogłoszenia w prasie etc. informujące o naborach, co wiedzą o LGD i LSR, itp.,
- badania stałe on-line – CAWI (dostępne w przestrzeni Internetu – przy stronie www, etc.) w ramach których ocenie będą poddane środki przekazu oraz analizowane wyniki liczników odwiedzin na stronie www Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego czy statusów „obserwowanych” na portalu Facebook,
- badania CAWI beneficjentów środków z LSR którzy będą m.in. proszeni o ocenę działań komunikacyjnych.

Tym samym w każdym przewidzianym badaniu efektywności prowadzonym na przestrzeni 2024 – 2029 r. (związany z realizacją 4-go celu komunikacyjnego) przewidziane są elementy wprost odnoszące się do badania efektywności prowadzonych poszczególnych działań komunikacyjnych. Bieżąca analiza wyników badań pozwoli na uchwycenie czynników, które wpływają na efektywność działań komunikacyjnych bądź ograniczają te działania. Co w kolejności będzie wprost decydowało o ewentualnej korekcie działań komunikacyjnych. Planowana **częstotliwość dokonywania przeglądów efektywności** prowadzonych działań komunikacyjnych – w oparciu o wyniki uzyskane z badań - – to okres 2024 – 2029

Indykatorywny **budżet** przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem **głównych kategorii wydatków - przy założeniu minimalizacji wydatków na gadżety reklamowe oraz publikacji wymagających druku.**

Kategorie wydatków:

1. Komunikacja w przestrzeni Internetowej.

EFRROW – 0 EUR;

EFRR – 0 EUR;

EFS+ - 0 EUR

2. Kontakty bezpośrednie

EFRROW – 11000 EUR

EFRR – 4300 EUR

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

EFS+ - 4300 EUR 3. Szeroka kampania informacyjna EFRROW – 500 EUR EFRR – 500 EUR EFS+ - 500 EUR 4. Działania skoncentrowane na pozyskiwaniu informacji zwrotnej EFRROW – 2000 EUR; EFRR – 1000 EUR; EFS+ - 1000 EUR
--

Termin rok	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego – grupa docelowa	Środki przekazu	Planowane do osiągnięcia wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego	Planowane efekty działania komunikacyjnego	Planowany budżet działania komunikacyjnego ze wskazaniem głównych kategorii wydatków oraz źródła finansowania (fundusz: EFRROW, EFRR, EFS+).
2024	Cel 1: Poinformowanie mieszkańców terenu LGD o działaniach przewidzianych do realizacji przez Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego wraz z udrożnieniem mechanizmów	Komunikacja w przestrzeni Internetowej.	Spółeczność obszaru LGD (bez typologizacji); Spółeczność obszaru LGD korzystająca z Internetu, w tym także: - osoby fizyczne z terenu LGD, - przedsiębiorcy z terenu LGD, - organizacje pozarządowe z terenu LGD.	Strona www LGD; strony www gmin Niepołomice, Wieliczka, Kłaj; profil LGD na Facebooku	- licznik odwiedzin na stronie www LGD; - aktualizacja informacji na stronie www LGD (minimum raz w miesiącu); - aktualizacja informacji na stronach www gmin LGD (minimum raz na 3 miesiące); - aktywność na stronie LGD na Facebooku (minimum 1 raz na tydzień);	Mieszkańcy obszaru LGD wiedzą o działaniach prowadzonych przez LGD;	EFRROW – 0 EUR; EFRR – 0 EUR; EFS+ - 0 EUR

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

komunikacji wzajemnej.	Cel 2: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o celach głównych LSR, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR.	Działania komunikacyjne opierające się na kontaktach bezpośrednich	Społeczność obszaru LGD (bez typologizacji). Młodzież szkolna. Potencjalni odwiedzający / inwestorzy w obszarze LGD (biorący udział w targach).	Informacja do wiernych – z wykorzystaniem ogłoszeń duszpasterskich w parafiach katolickich z terenu LGD; punkty informacyjne Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego działające w ramach imprez lokalnych; udział w targach.	- 28 sztuk ogłoszeń duszpasterskich (jedno ogłoszenie na parafię); - działanie 3 sztuk punktów informacyjnych Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego (w ramach imprez lokalnych realizowanych w 2024 r.);	Wnioskodawcy (osoby fizyczne oraz przedsiębiorcy) mają wiedzę o celach głównych LSR, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji	EFRROW – 3000 EUR; EFRR – 1500 EUR; EFS+ - 1500 EUR
	Cel 4: Uzyskanie informacji zwrotnej na temat jakości pomocy świadczonej	Działania skoncentrowane na pozyskiwaniu informacji zwrotnej nt. jakości pomocy świadczonej przez	Społeczność obszaru LGD (bez typologizacji). Internauci – korzystający z komunikacji	Badania ankietą online do pobrania ze strony www Stowarzyszenia	Badania ankietą online do pobrania ze strony www Stowarzyszenia Lokalna Grupa	Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego dysponuje wiedzą z procesu ewaluacji	EFRROW – 0 EUR; EFRR – 0 EUR; EFS+ - 0 EUR

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	przez LGD w kontekście wprowadzenia ewentualnych korekt/uprawnień oferowanej pomocy.	Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego	odbywającej się w przestrzeni Internetu	nia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego;	Działania Powiatu Wielickiego;	własnej działalności i w oparciu o nią wprowadza stosowne korekty i usprawnienia	
2025	Cel 1: Poinformowanie mieszkańców terenu LGD o działaniach przewidzianych do realizacji przez Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego wraz z udrożnieniem mechanizmów komunikacji wzajemnej. Cel 2: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców w o celach głównych LSR,	Komunikacja w przestrzeni Internetowej. Działania komunikacyjne opierające się na kontaktach bezpośrednich	Społeczność obszaru LGD (bez typologizacji); Społeczność obszaru LGD korzystająca z Internetu, w tym także: - osoby fizyczne z terenu LGD, - przedsiębiorcy z terenu LGD, - organizacje pozarządowe z terenu LGD. Potencjalni odwiedzający / inwestorzy w obszarze LGD (biorący udział w targach).	Strona www LGD; strony www gmin Niepołomice, Wieliczka, Kłaj; profil LGD na Facebooku Udział w targach.	- licznik odwiedzin na stronie www LGD; - aktualizacja informacji na stronie www LGD (minimum raz w miesiącu); - aktualizacja informacji na stronach www gmin LGD (minimum raz na 3 miesiące); - aktywność na stronie LGD na Facebooku (minimum 1 raz na tydzień); - 4 sztuk udziału w targach (na przestrzeni 2025 – 2028).	Mieszkańcy obszaru LGD wiedzą o działaniach prowadzonych przez LGD; Wnioskodawcy (osoby fizyczne oraz przedsiębiorcy) mają wiedzę o celach głównych LSR, zasadach przyznawania	EFRRROW – 0 EUR; EFRR – 0 EUR; EFS+ - 0 EUR EFRRROW – 2000 EUR; EFRR – 700 EUR; EFS+ - 700 EUR

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR					dofinansowania, typach operacji	
	Cel 3: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach interpretacji kryteriów oceny używanych przez Radę Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego.	Szeroka kampania informacyjno-edukacyjna	Społeczność obszaru LGD (bez typologizacji). Osoby fizyczne z terenu LGD. Przedsiębiorcy z terenu LGD. Organizacje pozarządowe z terenu LGD.	strona www LGD, strony www gmin LGD, strona LGD na Facebook – wykorzystanie tych środków przekazu (należących do działania komunikacyjnego prowadzonego w przestrzeni Internetowej) dla realizacji kampanii informacyjnych informacja do wiernych – z	- informacje o naborach (konkursy, projekty grantowe) na stronie www LGD, stronach www gmin – Niepołomice, Wieliczka, Kłaj, profilu LGD na Facebook (przed każdym naborem); ~ 28 sztuk ogłoszeń duszpasterskich przed każdym naborem do konkursów i/lub projektów grantowych (jedno ogłoszenie na parafię, w przypadku gdy nabory odbywają się w tym samym terminie wystarczy jedna edycja ogłoszeń – wysyłanych drogą mailową); - 1 spotkanie informacyjno-	Wnioskodawcy (osoby fizyczne oraz przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe) mają wiedzę o zasadach interpretacji kryteriów oceny używanych przez Radę Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego	EFRROW – 200 EUR; EFRR – 200 EUR; EFS+ - 200 EUR

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

				wykorzystani em ogłoszeń duszpasters kich w parafiach katolickich z terenu LGD, szkolenia dla potencjalnyc h wnioskodaw ców artykuł informacyjny w prasie	edukacyjne dla potencjalnych wnioskodawców przed każdym naborem (w przypadku gdy nabory odbywają się w tym samym terminie wystarczy jedna edycja spotkań – rok 2025); - krótka notka informacyjna w prasie (1 tytuł przed każdym naborem, w przypadku gdy nabory odbywają się w tym samym terminie wystarczy jedna edycja);		
Cel 4: Uzyskanie informacji zwrotnej na	Działania skoncentrowane na pozyskiwaniu informacji zwrotnej nt.	Społeczność obszaru LGD (bez typologizacji).	Badania ankietą on- line do pobrania ze	Badania ankietą on- line do pobrania ze strony www Stowarzyszenia	Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego	EFRROW – 0 EUR; EFRR – 0 EUR; EFS+ - 0 EUR	

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	temat jakości pomocy świadczonej przez LGD w kontekście wprowadzenia ewentualnych korekt/uprawnień oferowanej pomocy.	jakości pomocy świadczonej przez Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego	Internauci – korzystający z komunikacji odbywającej się w przestrzeni Internetu	strony www Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego;	Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego;	dysponuje wiedzą z procesu ewaluacji własnej działalności i w oparciu o nią wprowadza stosowne korekty i usprawnienia	
2026	Cel 1: Poinformowanie mieszkańców terenu LGD o działaniach przewidzianych do realizacji przez Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego wraz z udrożnieniem mechanizmów komunikacji wzajemnej.	Komunikacja w przestrzeni Internetowej.	Społeczność obszaru LGD (bez typologizacji); Społeczność obszaru LGD korzystająca z Internetu, w tym także: - osoby fizyczne z terenu LGD, - przedsiębiorcy z terenu LGD, - organizacje pozarządowe z terenu LGD.	Strona www LGD; strony www gmin Niepołomice, Wieliczka, Kłaj; profil LGD na Facebooku	- licznik odwiedzin na stronie www LGD; - aktualizacja informacji na stronie www LGD (minimum raz w miesiącu); - aktualizacja informacji na stronach www gmin LGD (minimum raz na 3 miesiące); - aktywność na stronie LGD na Facebooku (minimum 1 raz na tydzień);	Mieszkańcy obszaru LGD wiedzą o działaniach prowadzonych przez LGD;	EFROW – 0 EUR; EFRR – 0 EUR; EFS+ - 0 EUR
	Cel 2: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców	Działania komunikacyjne opierające się na kontaktach bezpośrednich	Potencjalni odwiedzający / inwestorzy w obszarze LGD	Udział w targach.	- 4 sztuk udziału w targach (na przestrzeni 2024 – 2028).	Wnioskodawcy (osoby fizyczne oraz przedsiębiorcy) mają wiedzę o celach głównych LSR,	EFROW – 2000 EUR; EFRR – 700 EUR; EFS+ - 700 EUR

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	w o celach głównych LSR, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR Cel 3: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców w o zasadach interpretacji kryteriów oceny używanych przez Radę Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego.	Szeroka kampania informacyjno-edukacyjna	(biorący udział w targach). Społeczność obszaru LGD (bez typologizacji). Osoby fizyczne z terenu LGD. Przedsiębiorcy z terenu LGD. Organizacje pozarządowe z terenu LGD.	strona www LGD, strony www gmin LGD, strona LGD na Facebook – wykorzystanie tych środków przekazu (należących do działania komunikacyjnego prowadzonego w przestrzeni Internetowej) dla realizacji kampanii	- informacje o naborach (konkursy, projekty grantowe) na stronie www LGD, stronach www gmin – Niepołomice, Wieliczka, Kłaj, profilu LGD na Facebook (przed każdym naborem); – 28 sztuk ogłoszeń duszpasterskich przed każdym naborem do konkursów i/lub projektów grantowych (jedno ogłoszenie na parafię, w przypadku gdy nabory odbywają się w tym samym terminie wystarczy jedna edycja ogłoszeń	zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji Wnioskodawcy (osoby fizyczne oraz przedsiębiorcy) mają wiedzę o zasadach interpretacji kryteriów oceny używanych przez Radę Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego	EFRROW – 100 EUR; EFRR – 100 EUR; EFS+ - 100 EUR
--	--	--	--	--	--	--	---

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

				informacyjne informacja do wiernych – z wykorzystani em ogłoszeń duszpasters kich w parafiach katolickich z terenu LGD, artykuły informacyjne w prasie lokalnej	– wysyłanych drogą mailową); - krótka notka informacyjna w prasie (1 tytuł przed każdym naborem, w przypadku gdy nabory odbywają się w tym samym terminie wystarczy jedna edycja);		
	Cel 4: Uzyskanie informacji zwrotnej na temat jakości pomocy świadczonej przez LGD w kontekście wprowadzenia ewentualnych korekt/uprawni e oferowanej pomocy.	Działania skoncentrowane na pozyskiwaniu informacji zwrotnej nt. jakości pomocy świadczonej przez Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego	Społeczność obszaru LGD (bez typologizacji). Internauci – korzystający z komunikacji odbywającej się w przestrzeni Internetu	Badania ankietą on- line do pobrania ze strony www Stowarzysze nia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego;	- ankietę online na stronie www LGD Powiatu Wielickiego dostępna w trybie ciągłym	Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego dysponuje wiedzą z procesu ewaluacji własnej działalności i w oparciu o nią wprowadza stosowne korekty i usprawnienia	EFRRROW – 0 EUR; EFRR – 0 EUR; EFS+ - 0 EUR
	Cel 1: Poinformowani e	Komunikacja w przestrzeni Internetowej.	Społeczność obszaru LGD (bez typologizacji);	Strona www LGD;	- licznik odwiedzin na stronie www LGD;	Mieszkańcy obszaru LGD wiedzą o działaniach	EFRRROW – 0 EUR; EFRR – 0 EUR; EFS+ - 0 EUR

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

2027	mieszkańców terenu LGD o działaniach przewidzianych do realizacji przez Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego wraz z udrożnieniem mechanizmów komunikacji wzajemnej.		Spółeczność obszaru LGD korzystająca z Internetu, w tym także: - osoby fizyczne z terenu LGD, - przedsiębiorcy z terenu LGD, - organizacje pozarządowe z terenu LGD.	strony www gmin Niepołomice, Wieliczka, Kłaj; profil LGD na Facebooku	- aktualizacja informacji na stronie www LGD (minimum raz w miesiącu); - aktualizacja informacji na stronach www gmin LGD (minimum raz na 3 miesiące); - aktywność na stronie LGD na Facebooku (minimum 1 raz na tydzień);	prowadzonych przez LGD;	
	Cel 2: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o celach głównych LSR, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR	Działania komunikacyjne opierające się na kontaktach bezpośrednich	Potencjalni odwiedzający / inwestorzy w obszarze LGD (biorący udział w targach).	Udział w targach.	- 4 sztuk udziału w targach (na przestrzeni 2025 – 2028).	Wnioskodawcy (osoby fizyczne oraz przedsiębiorcy) mają wiedzę o celach głównych LSR, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji	EFRR – 2000 EUR; EFRR – 700 EUR; EFS+ - 700 EUR

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	Cel 3: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach interpretacji kryteriów oceny używanych przez Radę Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego.	Szeroka kampania informacyjno-edukacyjna	Społeczność obszaru LGD (bez typologizacji). Osoby fizyczne z terenu LGD. Przedsiębiorcy z terenu LGD. Organizacje pozarządowe z terenu LGD.	strona www LGD, strony www gmin LGD, strona LGD na Facebook oraz strony gmin LGD na Facebook – wykorzystanie tych środków przekazu (należących do działania komunikacyjnego prowadzonego w przestrzeni Internetowej) dla realizacji kampanii informacyjnych informacja do wiernych – z wykorzystaniem ogłoszeń duszpasterskich w parafiach	- informacje o naborach (konkursy, projekty grantowe) na stronie www LGD, stronach www gmin – Niepołomice, Wieliczka, Kłaj, profilu LGD na Facebook (przed każdym naborem); – 28 sztuk ogłoszeń duszpasterskich przed każdym naborem do konkursów i/lub projektów grantowych (jedno ogłoszenie na parafię, w przypadku gdy nabory odbywają się w tym samym terminie wystarczy jedna edycja ogłoszeń – wysyłanych drogą mailową); - krótka notka informacyjna w prasie (jeden tytuł przed każdym naborem, w przypadku gdy nabory odbywają się w tym samym terminie wystarczy jedna edycja);	Wnioskodawcy (osoby fizyczne oraz przedsiębiorcy) mają wiedzę o zasadach interpretacji kryteriów oceny używanych przez Radę Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego	EFRR – 100 EUR; EFRR – 100 EUR; EFS+ - 100 EUR
--	---	---	---	---	---	---	---

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	Cel 4: Uzyskanie informacji zwrotnej na temat jakości pomocy świadczonej przez LGD w kontekście wprowadzenia ewentualnych korekt/uprawnień oferowanej pomocy.	Działania skoncentrowane na pozyskiwaniu informacji zwrotnej nt. jakości pomocy świadczonej przez Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego	Społeczność obszaru LGD (bez typologizacji). Internauci – korzystający z komunikacji odbywającej się w przestrzeni Internetu	katolickich z terenu LGD, artykuł informacyjny w prasie Badania ankietą on-line do pobrania ze strony www Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego;	- ankietę online na stronie www LGD Powiatu Wielickiego dostępną w trybie ciągłym	Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego dysponuje wiedzą z procesu ewaluacji własnej działalności i w oparciu o nią wprowadza stosowne korekty i usprawnienia	EFRROW – 0 EUR; EFRR – 0 EUR; EFS+ - 0 EUR
2028	Cel 1: Poinformowanie mieszkańców terenu LGD o działaniach przewidzianych do realizacji przez Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego wraz z	Komunikacja w przestrzeni Internetowej.	Społeczność obszaru LGD (bez typologizacji); Społeczność obszaru LGD korzystająca z Internetu, w tym także: - osoby fizyczne z terenu LGD, - przedsiębiorcy z terenu LGD, - organizacje pozarządowe z terenu LGD.	Strona www LGD; strony www gmin Niepołomice, Wieliczka, Kłaj; profil LGD na Facebooku	- licznik odwiedzin na stronie www LGD; - aktualizacja informacji na stronie www LGD (minimum raz w miesiącu); - aktualizacja informacji na stronach www gmin LGD (minimum raz na 3 miesiące); - aktywność na stronie LGD na Facebooku (minimum 1 raz na tydzień);	Mieszkańcy obszaru LGD wiedzą o działaniach prowadzonych przez LGD;	EFRROW – 0 EUR; EFRR – 0 EUR; EFS+ - 0 EUR

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	udrożnieniem mechanizmów komunikacji wzajemnej.						
	Cel 2: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców w o celach głównych LSR, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR	Działania komunikacyjne opierające się na kontaktach bezpośrednich	Potencjalni odwiedzający / inwestorzy w obszarze LGD (biorący udział w targach).	Udział w targach.	- 4 sztuk udziału w targach (na przestrzeni 2025 – 2028).	Wnioskodawcy (osoby fizyczne oraz przedsiębiorcy) mają wiedzę o celach głównych LSR, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji	EFRROW – 2000 EUR; EFRR – 700 EUR; EFS+ - 700 EUR
	Cel 3: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców w o zasadach interpretacji kryteriów oceny używanych przez Radę Stowarzyszenia	Szeroka kampania Informacyjno-edukacyjna	Społeczność obszaru LGD (bez typologizacji). Osoby fizyczne z terenu LGD. Przedsiębiorcy z terenu LGD. Organizacje pozarządowe z terenu LGD.	strona www LGD, strony www gmin LGD, strona LGD na Facebook oraz strony gmin LGD na Facebook – wykorzystanie tych	- informacje o naborach (konkursy, projekty grantowe) na stronie www LGD, stronach www gmin – Niepołomice, Wieliczka, Kłaj, profilu LGD na Facebook (przed każdym naborem); ~ 28 sztuk ogłoszeń duszpasterskich przed	Wnioskodawcy (osoby fizyczne oraz przedsiębiorcy) mają wiedzę o zasadach interpretacji kryteriów oceny używanych przez Radę Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego	EFRROW – 100 EUR; EFRR – 100 EUR; EFS+ - 100 EUR

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	a Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego.			środków przekazu (należących do działania komunikacyjnego prowadzonego w przestrzeni Internetowej) dla realizacji kampanii informacyjnych informacja do wiernych – z wykorzystaniem ogłoszeń duszpasterskich w parafiach katolickich z terenu LGD, artykuły informacyjne w prasie lokalnej	każdym naborem do konkursów i/lub projektów grantowych (jedno ogłoszenie na parafię, w przypadku gdy nabory odbywają się w tym samym terminie wystarczy jedna edycja ogłoszeń – wysyłanych drogą mailową); - krótka notka informacyjna w prasie lokalnej (1 tytuł przed każdym naborem, w przypadku gdy nabory odbywają się w tym samym terminie wystarczy jedna edycja);		
	Cel 4: Uzyskanie informacji zwrotnej na	Działania skoncentrowane na pozyskiwaniu informacji zwrotnej nt.	Społeczność obszaru LGD (bez typologizacji).	Badania ankietą online do pobrania ze	- ankietą online na stronie www LGD Powiatu Wielickiego	Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego	EFROW – 0 EUR; EFRR – 0 EUR; EFS+ - 0 EUR

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	temat jakości pomocy świadczonej przez LGD w kontekście wprowadzenia ewentualnych korekt/uprawnień oferowanej pomocy.	jakości pomocy świadczonej przez Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego	Internauci – korzystający z komunikacji odbywającej się w przestrzeni Internetu.	strony www Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego;	dostępna w trybie ciągłym	dysponuje wiedzą z procesu ewaluacji własnej działalności i w oparciu o nią wprowadza stosowne korekty i usprawnienia	
2029	Cel 1: Poinformowanie mieszkańców terenu LGD o działaniach przewidzianych do realizacji przez Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego wraz z udrożnieniem mechanizmów komunikacji wzajemnej.	Komunikacja w przestrzeni Internetowej.	Społeczność obszaru LGD (bez typologizacji); Społeczność obszaru LGD korzystająca z Internetu, w tym także: - osoby fizyczne z terenu LGD, - przedsiębiorcy z terenu LGD, - organizacje pozarządowe z terenu LGD.	Strona www LGD; strony www gmin Niepołomice, Wieliczka, Kłaj; profil LGD na Facebooku	- licznik odwiedzin na stronie www LGD; - aktualizacja informacji na stronie www LGD (minimum raz w miesiącu); - aktualizacja informacji na stronach www gmin LGD (minimum raz na 3 miesiące); - aktywność na stronie LGD na Facebooku (minimum 1 raz na tydzień);	Mieszkańcy obszaru LGD wiedzą o działaniach prowadzonych przez LGD;	EFRROW – 0 EUR; EFRR – 0 EUR; EFS+ - 0 EUR
	Cel 4: Uzyskanie informacji zwrotnej na temat jakości	Działania skoncentrowane na pozyskiwaniu informacji zwrotnej nt. jakości pomocy	Społeczność obszaru LGD (bez typologizacji). Internauci – korzystający z	Badania zadowolenia mieszkańców w (PAPI); badania w	- 1 sztuka badania społeczne ilościowe na próbie N:300 mieszkańców z obszaru LGD;	Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego dysponuje wiedzą z	EFRROW – 2000 EUR; EFRR – 1000 EUR; EFS+ - 1000 EUR

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	pomocy świadczonej przez LGD w kontekście wprowadzenia ewentualnych korekt/uprawnień oferowanej pomocy.	świadczonej przez Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego	komunikacji odbywającej się w przestrzeni Internetu. Młodzież szkolna - ponadpodstawowa Osoby fizyczne z terenu LGD. Przedsiębiorcy z terenu LGD. Organizacje pozarządowe z terenu LGD. Wnioskodawcy w konkursach i projektach grantowych.	działaniu; badania ankietą audytoryjną – spotkania z mieszkańcami, uczniami itp.; badania ankietą on-line do pobrania ze strony www Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Powiatu Wielickiego; badania CAWI beneficjentów w środków z LSR którzy będą m.in. proszeni o ocenę działań komunikacyjnych.	- 1 sztuka badania w działaniu z zaangażowaniem młodzieży z obszaru LGD; - 1 cykl badawczy (za okres 2024 – 2028 z badaniem prowadzonym w roku 2029). W oparciu o zebrane ankiety audytoryjne przeprowadzone w ramach spotkań z mieszkańcami obszaru LGD); - 1 cykl badawczy metodą CAWI - ankieta on-line – samokodujące się narzędzie badawcze (za okres 2024 – 2028 z badaniem prowadzonym w roku 2029) - 1 cykl badawczy beneficjentów środków z LSR badania CAWI – ankieta on-line.	procesu ewaluacji własnej działalności i w oparciu o nią wprowadza stosowne korekty i usprawnienia	
--	--	---	---	---	---	---	--