

**HARMONOGRAM REALIZACJI  
PLANU KOMUNIKACJI NA ROK 2026  
LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA „PERŁA JURY**



Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet – ze wskazaniem źródła finansowania	Główne kategorie wydatków	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jsfp	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuł zamieszczony na stronie LGD (ilość:9), aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	0,00	Brak	Monitoring oglądalności strony LGD
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)	Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD</li> <li>- Strona internetowa gmin członkowskich</li> <li>- Informacje na portalach społecznościowych - fanpage LGD</li> </ul> <p><i>Celem działania ma być dotarcie do jak najszerszego grona</i></p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych (ilość:1)</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych</p>	0,00	Brak	Monitoring oglądalności strony LGD, ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD

		przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji	<i>odbiorców.</i>	wnioskodawców o LGD i LSR			
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów	Spotkania informacyjno – szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, JSFP, grupy osób w niekorzystnej sytuacji	- Spotkania informacyjno-szkoleniowe	<u>Wskaźnik:</u> Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (ilość:2)  <u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	10 000,00-funkcjonowanie LGD	Wynajem Sali, poczęstunek	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych
Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Beneficjenci oraz wnioskodawcy	- Doradztwo indywidualne/ szkolenia	<u>Wskaźnik:</u> Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart/ewidencji udzielonego doradztwa (ilość:20 osób)/ Liczba szkoleń (ilość:2)  <u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	0,00	Brak	Karta / ewidencja udzielonego doradztwa/ Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców	Kampania informacyjna na temat terminów	Potencjalni wnioskodawcy – w zależności od	-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Strona internetowa gmin	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (ilość:9)	0,00	Brak	Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków

o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	przyjmowanych wniosków	naboru	członkowskich -Informacje na portalach społecznościowych – fanpage LGD  <i>Celem działania ma być dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców</i>	Informacje na portalach społecznościowych (ilość:10)  <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji			o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa
Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji	Wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji	- Ankieta wypełniana po doradztwie	<u>Wskaźnik:</u> Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów (ilość:20)  <u>Efekt:</u> Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych	0,00	Brak	Badanie ankietowe
Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania	Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD -Strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalu społecznościowym LGD  <i>Celem działania ma być</i>	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (ilość:3)  Informacja na portalach społecznościowych (ilość:3)	0,00	Brak	Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów

			<i>dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców.</i>	<u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie			
--	--	--	--	---	--	--	--