

# PLAN KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ NA LATA 2023 – 2027

Cele statutowe LGD określone w Statucie Stowarzyszenia zakładają m.in. promocję obszaru LGD, mobilizowanie ludności do wzięcia udziału w procesie zrównoważonego rozwoju obszaru LGD, upowszechniania i wymiany informacji o inicjatywach związanych z aktywizacją ludności na obszarze LGD, propagowanie działań na rzecz realizacji LSR w obszarze działań LGD, pozyskiwanie partnerów i źródeł finansowania LSR, w tym z programów pomocowych, podejmowanie inicjatyw i działań mających na celu wspieranie lokalnego rozwoju.

LGD opracowała „Plan Komunikacji”, aby możliwa była realizacja tych założeń, w sposób zaplanowany, systemowy oraz w oparciu o mierniki. W „Planie komunikacji” określono cele jego realizacji, związane głównie z informowaniem potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz informowanie społeczności lokalnej oraz osób odwiedzających obszar LGD o efektach wdrażania LSR.

LGD swoimi działaniami komunikacyjnymi zamierza dotrzeć do zidentyfikowanych grup docelowych oraz ogółu mieszkańców obszaru LGD. Główne problemy komunikacyjne dotyczą dostępu do informacji wśród osób starszych, które nie mają dostępu do Internetu i nie korzystają z mediów społecznościowych. Kolejnym problemem jest rozpowszechnianie informacji tak, aby przekaz dotarł do jak najszerszego grona odbiorców (współpraca mająca na celu przekazywanie informacji między podmiotami należącymi do LGD oraz innymi organizacjami). Problemem pośrednim jest także migracja młodych mieszkańców – poprzez migrację osób młodych do dużych miast następuje spadek liczby mieszkańców obszaru LGD, co z kolei ma bezpośredni wpływ na integrację międzypokoleniową i wymianę informacji.

W procesie informowania społeczności lokalnej o LSR, jej efektach oraz w zakresie promocji zasobów materialnych i ludzkich na obszarze LGD zaplanowano działania o charakterze: kampanii informacyjnej, wykorzystującej różne pola reklamy (w tym wymianę informacji poprzez media społecznościowe w grupach zrzeszających podmioty zaangażowane w działalność społeczną, m.in. FAS – Forum Aktywności Społecznej Północnego Mazowsza), współorganizacji punktów informacyjno-konsultacyjnych podczas imprez skupiających mieszkańców LGD, przygotowania i publikacji materiałów informacyjnych, świadczenie bezpośredniego doradztwa dla potencjalnych wnioskodawców i beneficjentów; spotkań szkoleniowo-informacyjnych z potencjalnymi Wnioskodawcami i Beneficjentami; promocji działań LGD; animacji społeczności lokalnej w działaniach LGD.

Podmiotem odpowiedzialnym za realizację zadań jest Biuro LGD. Pracownicy Biura LGD będą odpowiedzialni za organizację zadań promocyjnych, szkoleniowych, doradczych i informacyjnych. Działania te będą wspierane także przez działanie członków Zarządu LGD oraz członków Stowarzyszenia. Cele i wskaźniki dla działań komunikacyjnych określają rodzaj podejmowanych działań aktywizacyjnych, które pozwolą LGD analizować i monitorować efektywność zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu w procesie autoewaluacji. Pozyskane dane będą wykorzystywane do aktualizacji LSR, procedur, czy też zmiany funkcjonowania poszczególnych Organów lub Biura LGD.

LGD podejmowane działania komunikacyjne będzie poddawać ewaluacji oraz wykorzystywać do sprawozdań okresowych i zbiorczych z realizacji działań w zakresie informowania i rozpowszechniania informacji o LSR.

W przypadku stwierdzenia problemów z wdrażaniem LSR i dotarciem do grup docelowych, a tym samym konieczności wprowadzenia zmian w Planie Komunikacji, LGD dokona analizy potrzebnych zmian oraz intensyfikacji swoich działań komunikacyjnych zgodnie z *Procedurą dokonywania aktualizacji oraz monitoringu i ewaluacji Lokalnej Strategii Rozwoju* w celu usprawnienia procesu wdrażania LSR.

Plan komunikacji uwzględnia realizację obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI wynikających z art.50 ust.1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz księgą wizualizacji z zakresie PS WPR.

## 1. Cele działań

- Informowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji,
- Informowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny operacji,
- Działania szkoleniowe na rzecz poprawnej realizacji operacji dla beneficjentów LSR,
- Informowanie społeczności lokalnej oraz osób odwiedzających obszar LGD o efektach wdrażania LSR,
- Uzyskiwanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie.

## 2. Kategorie grup docelowych

- Potencjalni wnioskodawcy,
- Beneficjenci LSR,
- Osoby w niekorzystnej sytuacji z obszaru LGD,
- Osoby młode do 25 roku życia,
- Osoby starsze powyżej 60 roku życia,
- Społeczność obszaru LGD, w tym organizacje pozarządowe,
- Osoby odwiedzające obszar LGD,
- Partnerzy społeczni i gospodarczy,
- Instytucje zaangażowane bezpośrednio i pośrednio we wdrażanie LSR,
- Jednostki sektora finansów publicznych,,
- Członkowie stowarzyszenia, w tym Zarządu LGD i Rady LGD,
- Środki masowego przekazu, w tym media społecznościowe,
- Lokalni liderzy.

### 3. Opis planowanych działań informacyjnych i promocyjnych oraz sposób ich realizacji, w tym wizualizacja

- **Kampania informacyjna** mająca na celu bieżące informowanie społeczności o planach realizacji przedsięwzięć, przedstawianie informacji o bieżących działaniach LGD, celach, zakresie, formie i wysokości pomocy w ramach LSR, warunkach jakie należy spełnić aby zakwalifikować się do wsparcia, kryteriach wyboru operacji, procedurach związanych z wyborem operacji, naborach wniosków, doradztwie dla potencjalnych Beneficjentów prowadzona w formie m.in.:
  - Publikowania informacji na stronach internetowych oraz na profilach w mediach społecznościowych LGD, urzędów gmin wchodzących w skład LGD oraz pozostałych partnerów gospodarczych i społecznych;
  - Współpracy ze środkami masowego przekazu na poziomie lokalnym i regionalnym (zaproszenia na spotkania informacyjne, szkoleniowe i promocyjne)
  - Współorganizacji punktów informacyjno-konsultacyjnych podczas imprez skupiających mieszkańców LGD, których zadaniem będzie przekazywanie informacji na temat LSR oraz zasad ubiegania się o pomoc;
  - Bezpośredniego doradztwa dla potencjalnych wnioskodawców i beneficjentów.
  - Przygotowania i publikacji materiałów informacyjnych.
- **Spotkania szkoleniowo – informacyjne** z potencjalnymi Wnioskodawcami oraz Beneficjentami prowadzące do wzrostu wiedzy mieszkańców w zakresie m.in.:
  - cele, zakres, forma i wysokości pomocy w ramach LSR,
  - warunki, jakie należy spełnić, by kwalifikować się do wsparcia,
  - kryteria wyboru operacji,
  - procedury związane z wyborem operacji,
  - procesu realizacji operacji w ramach LSR, w tym także rozliczania, monitoringu i ewaluacji;
- **Działania promocyjne** mające na celu rozpowszechnienie informacji o działaniach LGD, celach LSR i realizowanych przedsięwzięciach poprzez przekazywanie materiałów konferencyjnych/gadżetów reklamowych z logotypami zgodnymi z Księgą wizualizacji PS WPR 2023 – 2027;
- **Animacja społeczności lokalnych w działaniach LGD** mająca na celu poznawanie dobrych praktyk, dzielenie się doświadczeniem, podsumowywanie kolejnych okresów działania LGD, włączanie i aktywizacja społeczności lokalnej w działalność LGD poprzez m.in. organizację wyjazdów (w tym wizyt studyjnych), konferencji, wydarzeń integrujących lokalną społeczność.

#### 4. Opis systemu wdrażania planu komunikacyjnego z uwzględnieniem zadań wykonywanych przez właściwe jednostki organizacyjne podmiotów wdrażających

Pracownicy Biura LGD odpowiedzialni będą za organizację zadań promocyjnych, szkoleniowych, doradczych i informacyjnych określonych w punkcie 3. Zadania realizowane przez pracowników Biura LGD wspomagane będą przez podmioty świadczące usługi w zakresie wspierania oraz podniesienia atrakcyjności działań promocyjnych. Powyższe działania będą wspierane także przez działanie członków organów LGD oraz partnerów społecznych, gospodarczych i publicznych.

#### 5. Cele, wskaźniki, rezultaty dla działań komunikacyjnych (animacja/aktywizacja)

Cele i wskaźniki dla działań komunikacyjnych określają rodzaj podejmowanych działań aktywizacyjnych, które pozwolą LGD analizować i monitorować efektywność zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu w procesie autoewaluacji. Pozyskane dane będą wykorzystywane do aktualizacji LSR, procedur czy też zmiany funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy biura LGD.

Cele, wskaźniki, rezultaty dla działań animacyjnych PS WPR 2023 – 2027

L.p.	Działanie komunikacyjne	Środki przekazu	Wskaźniki produktu	Zakładany rezultat	Budżet	Grupy docelowe	Planowana liczba uczestników	Ocena efektywności
1.	Kampania informacyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>Strona internetowa LGD,</li> <li>media społecznościowe</li> <li>Strony internetowe członków LGD (w tym urzędy gmin, partnerzy gospodarczy i społeczni)</li> <li>Stoiska LGD podczas imprez/wydarzeń</li> <li>Doradztwo bezpośrednie/telefoniczne/ mailowe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Liczba odwiedzających stronę internetową LGD: 15 000</li> <li>Liczba opublikowanych postów w mediach społecznościowych: 80</li> <li>Liczba publikacji w formie artykułu prasowego/ w formie broszury informacyjnej: 2</li> <li>Liczba spotkań/wydarzeń adresowanych do mieszkańców: 12</li> <li>Liczba osób, którym udzielono doradztwa: 180</li> </ul>	<p>Wzrost wiedzy mieszkańców obszaru LGD w zakresie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>bieżącej działalności LGD,</li> <li>planów realizacji przedsięwzięć,</li> <li>celów, zakresu, formy i wysokości pomocy w ramach LSR</li> <li>warunków, jakie należy spełnić, by kwalifikować się do wsparcia,</li> <li>kryteriów wyboru operacji,</li> <li>procedur związanych z wyborem operacji,</li> <li>procesu realizacji</li> </ul>	3000 EUR	<ul style="list-style-type: none"> <li>Potencjalni wnioskodawcy</li> <li>Beneficjenci LSR,</li> <li>Osoby w niekorzystnej sytuacji z obszaru LGD,</li> <li>Osoby młode do 25 roku życia,</li> <li>Osoby starsze powyżej 60 roku życia,</li> <li>Społeczność obszaru LGD, w tym organizacje pozarządowe,</li> <li>Osoby odwiedzające obszar LGD,</li> <li>Partnerzy społeczni i gospodarczy,</li> <li>Instytucje zaangażowane bezpośrednio i pośrednio we wdrażanie LSR,</li> </ul>	180 osób	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dane statystyczne ze strony – wzrost liczby odwiedzin rok do roku</li> <li>Dane z rejestru doradztwa,</li> <li>Dane z portalu społecznościowego</li> <li>Dokumentacja zdjęciowa ze spotkań/wydarzeń adresowanych do mieszkańców,</li> <li>Zrealizowane publikacje</li> <li>Liczba wniosków o przyznanie pomocy złożonych w ramach wdrażania LSR</li> </ul>

				operacji w ramach LSR, w tym także rozliczania, monitoringu i ewaluacji.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jednostki sektora finansów publicznych,,</li> <li>• Członkowie stowarzyszenia , w tym Zarządu LGD i Rady LGD,</li> <li>• Środki masowego przekazu, w tym media społecznościowe,</li> <li>• Lokalni liderzy.</li> </ul>		
2.	Działania szkoleniowo – informacyjne dla Wnioskodawców i Beneficjentów	Spotkania bezpośrednie/ wideokonferencje	Liczba spotkań informacyjno – szkoleniowych: 12	<p>Wzrost wiedzy mieszkańców obszaru LGD w zakresie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• celów, zakresu, formy i wysokości pomocy w ramach LSR</li> <li>• warunków, jakie należy spełnić, by kwalifikować się do wsparcia,</li> <li>• kryteriów wyboru operacji,</li> </ul>	9500 EUR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potencjalni wnioskodawcy</li> <li>• Beneficjenci LSR,</li> <li>• Osoby w niekorzystnej sytuacji z obszaru LGD,</li> <li>• Osoby młode do 25 roku życia,</li> <li>• Osoby starsze powyżej 60 roku życia,</li> <li>• Społeczność obszaru LGD, w tym organizacje pozarządowe,</li> </ul>	120 osób	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liczba wniosków o przyznanie pomocy złożonych w ramach wdrażania LSR</li> <li>• Zdjęcia lub lista uczestników spotkania, ankiety zwrotne lub dokumentacja potwierdzająca przeprowadzenie szkolenia w formie zdalnej (print screen lub prezentacja)</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• procedur związanych z wyborem operacji,</li> <li>• procesu realizacji operacji w ramach LSR, w tym także rozliczania, monitoringu i ewaluacji.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partnerzy społeczni i gospodarczy,</li> <li>• Instytucje zaangażowane bezpośrednio i pośrednio we wdrażanie LSR,</li> <li>• Jednostki sektora finansów publicznych,,</li> <li>• Lokalni liderzy.</li> </ul>		
3.	Promocja działań LGD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dystrybucja gadżetów i materiałów promocyjnych podczas wydarzeń adresowanych do mieszkańców oraz dla osób zaangażowanych we wdrażanie LSR</li> </ul>	Liczba materiałów promocyjnych: 5 000	Zwiększenie rozpoznawalności LGD wśród mieszkańców, rozpowszechnienie informacji o podejmowanych działaniach,	15000 EUR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potencjalni wnioskodawcy</li> <li>• Beneficjenci LSR,</li> <li>• Osoby w niekorzystnej sytuacji z obszaru LGD,</li> <li>• Osoby młode do 25 roku życia,</li> <li>• Osoby starsze powyżej 60 roku życia,</li> <li>• Społeczność obszaru LGD, w tym organizacje pozarządowe,</li> <li>• Osoby odwiedzające obszar LGD,</li> </ul>	5 000	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktury zakupu,</li> <li>• Zdjęcia gadżetów, dokumentacja zdjęciowa</li> <li>• Wzrost zainteresowania działaniami LGD (na podstawie udzielanego doradztwa)</li> </ul>

						<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partnerzy społeczni i gospodarczy,</li> <li>• Instytucje zaangażowane bezpośrednio i pośrednio we wdrażanie LSR,</li> <li>• Jednostki sektora finansów publicznych,,</li> <li>• Członkowie stowarzyszenia , w tym Zarządu LGD i Rady LGD,</li> <li>• Środki masowego przekazu, w tym media społecznościowe,</li> <li>• Lokalni liderzy.</li> </ul>		
4.	Animacja społeczności lokalnej w działaniach LGD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizacja konferencji/wyjazdów/ wizyt studyjnych dla mieszkańców obszaru LGD, podmiotów współpracujących oraz osób zaangażowanych we wdrażanie LSR</li> </ul>	Liczba osób uczestniczących w spotkaniach/ wydarzeniach: 120	Wzrost zaangażowania społeczności lokalnej w działania LGD	35000 EUR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potencjalni wnioskodawcy</li> <li>• Beneficjenci LSR,</li> <li>• Osoby w niekorzystnej sytuacji z obszaru LGD,</li> <li>• Osoby młode do 25 roku życia,</li> </ul>	120 osób	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dokumentacja fotograficzna lub lista osób uczestniczących w spotkaniach/wydarzeniach,</li> <li>• dokumenty kosztowe (jeśli dotyczy)</li> <li>• wzrost liczby wspólnie zrealizowanych inicjatyw</li> </ul>



						<ul style="list-style-type: none"> <li>• Osoby starsze powyżej 60 roku życia,</li> <li>• Społeczność obszaru LGD, w tym organizacje pozarządowe,</li> <li>• Osoby odwiedzające obszar LGD,</li> <li>• Partnerzy społeczni i gospodarczy,</li> <li>• Instytucje zaangażowane bezpośrednio i pośrednio we wdrażanie LSR,</li> <li>• Jednostki sektora finansów publicznych,,</li> <li>• Członkowie stowarzyszenia , w tym Zarządu LGD i Rady LGD,</li> <li>• Środki masowego przekazu, w tym media społecznościowe,</li> <li>• Lokalni liderzy.</li> </ul>		
--	--	--	--	--	--	--	--	--

## 6. Opis sposobu dotarcia do grup docelowych

LGD w zakresie dotarcia do grup docelowych wskazanych w pkt 2 planu zamierza się oprzeć na urozmaiconych sposobach dotarcia do grupy docelowej. Zarówno metody tradycyjne, takie jak np. ulotki rozkładane w miejscach, w których pojawia się najwięcej potencjalnych wnioskodawców tj. apteka, przychodnia, GOPS-y, zakład fryzjerski, sklepy, instytucje samorządowe i państwowe, jak i metody bardziej nowoczesne, wykorzystujące Internet, media i komunikatory społecznościowe. Działania w tym kierunku zostały już częściowo podjęte - poprzez m.in. założenie grupy zrzeszającej organizacje pozarządowe z terenu LGD w mediach społecznościowych.

Wyżej wymienione działania wspierane będą poprzez wykorzystanie reklamy zewnętrznej, np. w postaci plansz lub plakatów umieszczanych na ścianach budynków. Planuje się także działania informacyjne i promocyjne w terenie podczas różnego rodzaju wydarzeń plenerowych, gminnych oraz w biurze LGD.

## 7. Indykacyjny budżet

Środki przewidziane **na aktywizację/animację** zostały wydzielone z limitu środków na komponent Zarządzanie LSR. Ustalono % udziału tych kosztów na działania aktywizacyjne oraz oszacowano w ramach limitu środki na działania aktywizacyjne typu: zakup materiałów promocyjnych i informacyjnych, organizacja szkoleń, warsztatów, spotkań informacyjnych, prowadzenie strony internetowej przy założeniu minimalizacji kosztów przeznaczonych na gadzety reklamowe i materiały drukowane.

L.p.	Nazwa zadania	2024	2025	2026	2027	2028	2029	Razem
1.	Kampania informacyjna	750 €	750 €	500 €	500 €	250 €	250 €	<b>3000 €</b>
2.	Działania szkoleniowo – informacyjne dla Wnioskodawców i Beneficjentów	2500 €	2500 €	1500 €	1500 €	750 €	750 €	<b>9500 €</b>
3.	Promocja działań LGD	3000 €	3000 €	3000 €	3000 €	1500 €	1500 €	<b>15000 €</b>
4.	Animacja społeczności lokalnych w działaniach LGD	7500 €	7500 €	5000 €	5000 €	5000 €	5000 €	<b>35000 €</b>

## 8. Sposoby ewaluacji działań

- Ankiety rozdawane wśród uczestników spotkań, szkoleń,
- Zbieranie opinii podczas badań ewaluacyjnych
- Ankieta na stronie internetowej LGD
- Informacja zwrotna – ankieta dla osób korzystających z doradztwa w Biurze LGD,
- Zgodnie z opisanymi w LSR sposobami dokonywania monitoringu i ewaluacji.

## 9. Zasady sprawozdawczości ze stopnia realizacji działań promocyjno-informacyjnych i szkoleniowych

Sprawozdanie ze stopnia realizacji Planu komunikacyjnego będzie miało formę załącznika do sprawozdań okresowych i zbiorczych z realizacji działań w zakresie informowania i rozpowszechniania informacji o LSR przygotowywanych i przekazywanych zgodnie ze wzorem dostarczonym przez Zarząd Województwa oraz w formie sprawozdań rocznych ze stopnia realizacji LSR publikowanych na stronie internetowej LGD w pierwszym kwartale każdego roku.

## 10. Terminy realizacji planu komunikacji, analiza efektywności działań komunikacyjnych i sposoby jego korygowania

Na każdy rok realizacji LSR zostanie opracowany szczegółowy Harmonogram Realizacji Planu Komunikacji (wzór stanowi załącznik nr 1 do Planu Komunikacji z lokalną społecznością na lata 2023 - 2027), który zostanie przedstawiony do akceptacji przez ZW oraz zamieszczony na stronie internetowej LGD. Działania w zakresie informowania i rozpowszechniania informacji o LSR oraz działania animujące społeczność lokalną będą prowadzone przez cały okres wdrażania LSR w systemie ciągłym. Intensywność działań pozostanie w korelacji z harmonogramem ogłaszania naboru wniosków, przyjętym na obszarze LGD kalendarzem imprez promocyjnych oraz w godzinach pracy Biura przez wszystkie lata wdrażania LSR.

Analiza efektywności będzie odbywać się na bieżąco na podstawie zebranych ankiet i opinii oraz informacji uzyskanych od mieszkańców obszaru LGD podczas spotkań informacyjnych oraz różnego rodzaju wydarzeń gminnych. Na stronie internetowej LGD zostanie uruchomiona ankieta/narzędzie, w ramach którego mieszkańcy będą mogli na bieżąco zgłaszać swoje uwagi co do stopnia realizacji Planu Komunikacji. W przypadku stwierdzenia potrzeby zmiany w planowanych działaniach komunikacyjnych, LGD skoryguje działania adekwatnie do oczekiwań.

Ponadto, podczas corocznych spotkań dotyczących analizy postępu realizacji LSR omawiane będą kwestie związane z realizacją Planu Komunikacji. W przypadku zgłoszenia uwag co do jego harmonogramu, LGD przygotowuje zmiany i przedstawi je do akceptacji przez ZW.

W przypadku pojawienia się problemów z realizacją harmonogramu Planu Komunikacji LGD, po konsultacji z osobami zaangażowanymi we wdrażanie LSR, dokona stosownych zmian.

# Harmonogram realizacji Planu Komunikacji z lokalną społecznością

na rok  2024  2025  2026  2027  2028  2029

Lp.	Narzędzia komunikacji wraz z opisem	Miejsce realizacji [gmina]	Grupa docelowa	Czy grupa docelowa jest grupą osób w niekorzystnej sytuacji, seniorów lub osób młodych do 25 r.ż. [tak/nie]	Termin realizacji [z dokładnością do miesiąca]	Planowana liczba uczestników	Planowany budżet zadania	Zakładana efektywność zrealizowanego zadania	Zakładane do osiągnięcia wskaźniki realizacji zadania	Dokumenty potwierdzające realizację zadania
<b>1. Kampania informacyjna</b>										
a)	Prowadzenie strony internetowej								Liczba odwiedzin strony internetowej LGD	Dane statystyczne ze strony – liczba odwiedzin
b)	Doradztwo indywidualne								Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa	Dane z rejestru doradztwa
c)	Prowadzenie strony na portalu społecznościowym								Liczba opublikowanych postów w mediach społecznościowych	Dane z portalu społecznościowego
d)	Opracowanie i dystrybucja publikacji o działaniach LGD								Liczba publikacji w formie artykułu prasowego/ w formie broszury informacyjnej	Publikacja
e)	Organizacja spotkań/wydarzeń								Liczba zorganizowanych	Dokumentacja fotograficzna

	adresowanych do mieszkańców								spotkań/wydarzeń adresowanych do mieszkańców	
<b>2. Działania szkoleniowo – informacyjne dla Wnioskodawców i Beneficjentów</b>										
a)	Organizacja spotkań informacyjno–szkoleniowych wynikających z bieżących potrzeb Wnioskodawców/ Beneficjentów								Liczba spotkań informacyjno - szkoleniowych	Zdjęcia lub lista uczestników spotkania, ankiety zwrotne lub dokumentacja potwierdzająca przeprowadzenie szkolenia w formie zdalnej (print screen lub prezentacja)
<b>3. Promocja działań LGD</b>										
a)	Zakup i dystrybucja materiałów informacyjnych i gadżetów promocyjnych								Liczba materiałów promocyjnych	Faktura zakupu, zdjęcia gadżetów, dokumentacja zdjęciowa
<b>4. Animacja społeczności lokalnej w działaniach LGD</b>										
a)	Organizacja konferencji/wyjazdów/ wizyt studyjnych dla mieszkańców obszaru LGD, podmiotów współpracujących oraz osób zaangażowanych we wdrażanie LSR								Liczba osób uczestniczących w spotkaniach/ wydarzeniach	Dokumentacja fotograficzna lub lista osób uczestniczących w spotkaniach/wydarzeniach, dokumenty kosztowe (jeśli dotyczy)