

PLAN KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ - załącznik nr 7 do wniosku o wybór LSR

Głównym celem Planu Komunikacji jest kampania otwarcia, która ma dwa cele: pierwszy, poinformowanie mieszkańców o rozpoczęciu wdrażania LSR i zaprezentowaniu LGD jako otwartego partnerstwa lokalnego, a drugi to przedstawienie głównych założeń LSR oraz podstawowych zasad jej wdrażania. Przygotowana strategia różni się od poprzedniej, zawiera nowe cele i przedsięwzięcia, a pomoc przyznawana jest na nowych warunkach. Podczas tej kampanii prezentowane będą podstawowe i ogólne informacje, które mają zwrócić uwagę na LGD i zachęcić do współpracy z tą organizacją. Przewidziane jest organizowanie działań wynikających z dotychczasowych doświadczeń LGD i silnego przekonania uczestników konsultacji, że bezpośrednie spotkanie buduje najsilniejsze i najtrwalsze relacje. Udział lokalnych autorytetów, w tym przedstawicieli samorządów powoduje, że staną się oni swoistymi ambasadorami

Wykorzystane zostaną media elektroniczne. Na stronie internetowej i na mediach społecznościowych LGD zostaną udostępnione informacje o planowych działaniach

Drugim założeniem jest kampania promocyjna, której celem jest promocja LGD i LSR oraz wielokanałowa i dwukierunkowa komunikacja z mieszkańcami obszaru dotycząca bieżącej działalności LGD. Będzie ona realizowana przez cały okres wdrażania LSR. Zakłada to informowanie o planowanych i zrealizowanych działaniach LGD, w tym aktualnego stanu wdrażania LSR.

Ważnym z punktu widzenia integrowania i animowania lokalnej społeczności będzie prezentowanie aktywności członków stowarzyszenia i partnerów, które są zbieżne z LSR. Podstawowym i najszybszym środkiem przekazu będzie strona internetowa LGD oraz strony internetowe członków LGD w szczególności JST.

Na stronie internetowej znajdują się wszystkie istotne informacje o Stowarzyszeniu LGD „Krasnystaw PLUS”, w tym o jego inkluzywnym charakterze oraz o lokalnej strategii rozwoju i sposobie jej wdrażania, zgodnie z Wytycznymi Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Innowacyjnym dla LGD rozwiązaniem będzie przygotowanie nowego narzędzia prezentacji stanu wdrażania LSR w postaci stworzenia aplikacji na telefon, która będzie informowała mieszkańców obszaru LSR o zaplanowanych wydarzeniach.

Wykorzystywane będą również inne media elektroniczne, w tym społecznościowe, takie jak FB oraz poczta e-mailowa. Szczególną rolę media elektroniczne odegrają w procesie konsultacji planowanych form działań opisanych w dalszej części Planu komunikacji. Możliwe jest wykorzystanie także innych platform, zwłaszcza w rezultacie prowadzonych badań efektywności działań komunikacyjnych.

Na tym etapie zorganizowane zostaną spotkania bezpośrednie dla ludzi młodych i seniorów.

Spotkania z ludźmi młodymi będą dotyczyć uczniów starszych klas szkół ponadpodstawowych znajdujących się na obszarze LSR. Uczniowie i nauczyciele z tych placówek uczestniczyli w spotkaniu w ramach konsultacji.

Podobne spotkania prezentacyjne obejmą seniorów. Będą tam prezentowane w szczególności operacje dedykowane tym grupom.

W komunikacji ze społecznością lokalną wykorzystywane będą też imprezy masowe organizowane przez inne podmioty, zwłaszcza samorządy gminne, np. takie jak festyny i dożynki, gdzie zostaną zorganizowane LGD-owskie punkty informacyjne. Tam przedstawiciele LGD będą udzielać ustnych informacji, a także dystrybuować przygotowane publikacje.

Ważnym elementem systemu komunikacji będzie Biuro LGD, gdzie na bieżąco i przez cały okres wdrażania będzie można uzyskiwać aktualne informacje, jak i przekazywać sygnały dotyczące sytuacji na obszarze LSR. Można będzie to zrobić zarówno w bezpośredniej rozmowie z pracownikami, jak i telefonicznie oraz e-mailowo. Te działania informacyjne będą ewidencjonowane.

Przedstawiono powyżej założenia stanowią szkielet kampanii promocyjnej. Będzie ona realizowana od początku do końca wdrażania LSR, a jej modyfikacje i uszczegółowienia będą przygotowywane na dany rok pracy LGD. Zakres zmian zależeć będzie od informacji zwrotnych, których tryb pozyskiwania i sposób wykorzystania jest opisany poniżej, w sekcji poświęconej analizie efektywności działań komunikacyjnych.

Trzecim założeniem jest przekazywanie przez LGD dokładnych informacji o warunkach i zasadach przyznawania pomocy, odpowiednio do warunków właściwego programu.

Składają się na nią dwa elementy: informacyjny i szkoleniowo – doradczy. Informacje o planowanych naborach dla osób planujących utworzyć nowe przedsiębiorstwo będą zamieszczone na stronie internetowej i w mediach społecznościowych wraz z terminami ich publikacji oraz treść będzie zgodna z Wytycznymi Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

W okresie naboru będzie prowadzone doradztwo świadczone w Biurze LGD przez wykwalifikowanego do tego pracownika LGD. Potencjalni beneficjenci będą informowani o udziale w bezpłatnym doradztwie.

Zachętą do udziału w doradztwie jest umieszczenie w Kryteriach wyboru i oceny operacji korzyści dla osób korzystających z tej usługi Biura LGD, co się łączy z uzyskaniem dodatkowych punktów, istotnych przy wyborze operacji. Jest to forma włączenia potencjalnych beneficjentów w działania komunikacyjne i budowania z nimi silniejszych relacji.

W trakcie doradztwa będzie badana jakość świadczonych usług. W tym celu zostanie opracowana specjalna ankieta, która pozwoli na wyciąganie wniosków zarówno, co do jakości samego szkolenia i doradztwa, ale także efektywności działań komunikacyjnych.

Kampania informacyjna będzie organizowana przez cały okres wdrażania LSR, odpowiednio do Harmonogramu ogłaszania naborów.

Czwarty etap - **animacja**, której celem jest włączanie do aktywnego udziału we wdrażaniu LSR różnych grup społecznych, zwłaszcza tych znajdujących się w niekorzystnej sytuacji oraz ludzi młodych i seniorów. Przewidziane w niej są różnorodne działania integracyjno-aktywizujące kierowane do społeczności lokalnej potwierdzające inkluzywny charakter działalności LGD. W trakcie prac nad LSR uznano, że samo poinformowanie mieszkańców o możliwości uzyskania wsparcia w różnych zakresach jest niewystarczające. Dlatego wypracowano kilka działań mających zbliżyć pewne grupy do LGD, a następnie zachęcić je do aktywnego udziału w różnych operacjach.

Będą to wydarzenia integrujące i aktywizujące, takie jak np.: wizyty studyjne, szkolenia, warsztaty , różnego typu kursy, konkurs wiedzy o regionie, turnieje międzygminne, spotkania międzypokoleniowe, konferencje podczas których omawiane będą zagadnienia związane tematycznie z wdrażaną LSR. Dzięki zdobytej wiedzy i nawiązanym kontaktom możliwa będzie realizacja kolejnych działań, przez co podniosą się kompetencje mieszkańców i ich aktywność społeczna.

Istotnym polem działań animacyjnych będą szkolenia , festiwale, warsztaty, wyjazdy studyjne i konferencje.

Ważnym celem animacji będzie zachęcanie do partnerstw, innowacji oraz włączania się do działań skierowanych do grup w niekorzystnej sytuacji. Przebieg animacji w tym zakresie obejmie:

Działania w celu wzmocnienia partnerskiej współpracy członków we wdrażaniu LSR

Inicjatywy w celu zwiększenia zainteresowania projektami partnerskimi i w partnerstwie

LGD będzie animatorem propagowania partnerstw na terenie realizacji LSR. W ramach działań animacyjnych organizowane będą spotkania/ szkolenia/ wizyty studyjne, które dadzą możliwość nawiązania nowych kontaktów. LGD będzie prowadzić rejestr kontaktów na terenie obszaru, a przed każdym

nowym naborem szkolenia obejmą prezentację potencjalnych partnerów i instrukcję, jak korzystać z bazy partnerów. Jeśli jakieś podmioty będą zainteresowane współpracą, LGD może pośredniczyć w kontaktach. W mediach społecznościowych założona będzie grupa do wymiany informacji i kojarzenia partnerów. Na spotkaniach z potencjalnymi wnioskodawcami prezentowane będą możliwości ogólnodostępnych wyszukiwarek partnerów spoza LGD, jak np. KSOW. Ponadto LGD „Krasnystaw PLUS” jest członkiem Porozumienia na rzecz rozwoju i współpracy LGD Województwa Lubelskiego. W imieniu Porozumienia zrealizuje operację dofinansowaną z KSOW, której jednym z zadań jest organizacja szkolenia z zakresu Projektów i operacji partnerskich (umowa w realizacji). Jednym z elementów szkolenia jest stworzenie bazy partnerów, którzy wyrażają zainteresowanie realizacją operacji w partnerstwie i projektów partnerskich. Każda LGD na swoim terenie będzie koordynowała promocję możliwości zgłoszenia się do bazy i będzie udostępniała na swojej stronie aktualną bazę. Baza będzie podzielona tematycznie zgodnie z zakresem działalności organizacji, które będą się do niej zgłaszały. Stworzenie bazy będzie pomocne w wyszukiwaniu partnerów gotowych do realizacji operacji i projektów partnerskich. Organizacja, która będzie się rejestrowała w bazie będzie mogła zgłosić pomysły na realizację projektów partnerskich. LGD będzie weryfikowała zgłoszone pomysły pod kątem zgodności ze Strategią, która będzie mogła być zmieniona podczas konsultacji społecznych.. Stworzenie i funkcjonowanie Bazy Partnerów LGD pomoże w kojarzeniu partnerów i ułatwi realizację operacji i projektów w partnerstwie.

Animowanie do wdrożenia innowacji

W LSR uwzględniono adekwatne do lokalnych potrzeb różnorodne aktywizujące społeczność lokalną metody realizacji operacji w ramach LSR, tj. projekty grantowe, operacje realizowane przez podmioty z obszaru objętego LSR oraz przygotowanie koncepcji Inteligentnych wsi (Smart Villages).

Rolę animatora innowacji przyjmie Lokalna Grupa Działania. W LSR zawarto definicję innowacji, projekty obejmujące rozwiązania innowacyjne zgodne z definicją będą premiowane przez odpowiednie kryterium na ocenie operacji w LSR. W planie działania zawarto wskaźniki związane z innowacyjnością, projektom zawierającym innowacje przyporządkowane środki z budżetu. Przedsięwzięcie w jakim oczekiwane będzie stosowanie innowacyjnych rozwiązań to Przedsięwzięcie 1.1, 2.1 związane z rozwojem przedsiębiorczości i rozszerzenia funkcji gospodarstw rolnych oraz Przedsięwzięcia 1.2 obejmującego wdrożenie innowacyjnych rozwiązań cyfrowych.

LSR przewiduje działania animujące do wdrożenia innowacji. Lokalna grupa działania jako animator innowacji, przed każdym konkursem będzie robić szkolenia dla potencjalnych beneficjentów związane z prezentowaniem definicji innowacji, pokazywaniem dobrych praktyk związanych z innowacją w sektorze, którego dotyczą wymienione wyżej przedsięwzięcia. Na stronie internetowej LGD powstanie zakładka z opisem projektów zawierających rozwiązania innowacyjne LGD wesprze innowacyjność poprzez organizowanie wyjazdów studyjnych do miejsc, które stanowią będą przykładem dobrych

praktyk oraz inspirację do realizacji projektów o charakterze innowacyjnym. LGD planuje upowszechniać rozwiązania innowacyjne stosowane w operacjach beneficjentów przy pomocy swoich social mediów i strony WWW. Przewiduje się konkursy i inne działania upowszechniające osiągnięcia w zakresie innowacji.

Dzięki wsparciu pomysłów spełniających definicję innowacyjności w sektorze wypoczynku, rekreacji i turystyki zostanie osiągnięty **wpływ** w postaci uzyskania przewagi konkurencyjnej dla sektora wypoczynku i rekreacji, powstaną nowe narzędzia wspierające ofertę turystyki. Efektem będzie wzrost ilości turystów i wykorzystania miejscowych atrakcji oraz infrastruktury. Wsparcie innowacyjnych rozwiązań w obszarze srebrnej gospodarki przyniesie poprawę życia seniorów i osób niepełnosprawnych na terenie LGD. Wdrożenie innowacyjnych rozwiązań z zakresu komunikacji i informowania podniesie jakość życia mieszkańców. Wspieranie innowacyjności przyczyni się do powstania i realizacji koncepcji Smart Village.

Animowanie i informowanie o działaniach na rzecz grup w niekorzystnej sytuacji.

W LSR przewidziano wsparcie dla kobiet, osób niepełnosprawnych oraz ich opiekunów oraz osób poszukujących pracy, w tym z obszarów po PGR oprócz tego rolników z małych gospodarstw. Także w tym obszarze LGD będzie animatorem działań i koordynatorem informowania. Do obydwu grup zastosowane będą nieco inne kanały informowania tak, aby przekaz i sposób dotarcia z informacją był adekwatny do danej grupy. Nierówności dotyczą kobiet na rynku pracy, dlatego jednym z kanałów komunikacji będzie współpraca z Powiatowym Urzędem Pracy tak, aby informacja o ofercie dla kobiet trafiała bezpośrednio do tych w niekorzystnej sytuacji. Ponadto używane będą kanały informacji, takie jak do pozostałych grup. Do seniorów informacja dotrze bezpośrednio za pośrednictwem klubów, czy domów pobytu seniorów. Do współpracy i informowania zaproszone będą Gminne Ośrodki Pomocy Społecznej, które mają kontakt z osobami, które otrzymują wsparcie ze względu na niepełnosprawność. LGD współpracuje z organizacjami zrzeszającymi osoby niepełnosprawne, będą one również objęte stałym informowaniem. W kontaktach z tą grupą LGD stawia na bezpośredni kontakt, czy to przedstawicieli biura, czy to współpracowników z GOPS, czy lokalnych liderów zaangażowanych we współpracę z NGO.

Komunikacja z rolnikami będzie się odbywać za pośrednictwem urzędów gmin a informacja w postaci plakatów będzie na terenie UG, banków spółdzielczych oraz szkół., oddziałów terenowy ARi MR oraz KRUS. Czyli wszędzie tam gdzie rolnicy często bywają ze względu na swoje sprawy życiowe. Przekaz bezpośredni będzie się odbywał przez pośrednictwo współpracujących z LGD liderów społeczników czy sołtysów, najczęściej znają oni ludzi, którzy mogą się zainteresować wsparciem i mogą bezpośrednio do nich dotrzeć.

Do wszystkich grup kierowana będzie informacja i zaproszenie za pomocą stoisk i obecności LGD oraz partnerów podczas świąt i wydarzeń, takich jak dożynki powiatowe itp. Pomoże to na osiągnięcie osób wykluczonych cyfrowo. Poza tym zawsze na stronie internetowej LGD i w social mediach, urzędów gmin i współpracujących partnerów przekazywana będzie informacja o możliwym zaangażowaniu w działania, czy skorzystaniu ze wsparcia.

Ponadto LGD zaplanowała zorganizowanie operacji własnej polegającej na zaprojektowaniu i wdrożeniu apki na telefon do informowania o wydarzeniach, które mają się odbyć na terenie każdej z gmin powiatu krasnostawskiego i w mieście Krasnystaw oraz zaprojektowanie tablic multimedialnych zewnętrznych, gdzie można będzie uzyskać informacje na temat funkcjonowania na terenie LGD usług, komunikacji, załatwiania spraw, oferty rekreacji i turystyki. Tablice będą przystosowane dla osób niepełnosprawnych. Zaplanowana operacja jest innowacyjna, gdyż do tej pory nie ma nic podobnego na terenie LGD.

LGD planuje czynne włączenie ludzi młodych w realizację LSR. Zorganizowane zostaną działania w ramach Akademii Młodzieży, które skierowane będą do uczniów szkół i studentów z obszaru objętego LSR. Dzięki temu ludzie młodzi będą mieli możliwość bezpośredniego wpływu na działania w swojej okolicy, lepiej zrozumieją problemy społeczne, poczują się bardziej odpowiedzialni, a ponadto zbliżą się do LGD. Wybór form animacyjnych został skonsultowany z potencjalnymi uczestnikami, co jest kolejnym dowodem otwartości stowarzyszenia.

Inną formą zachęcania do aktywności będą konkursy dla lokalnej społeczności. Także i one będą tematycznie powiązane z zakresem LSR i budowaniem społeczeństwa obywatelskiego.

LGD planuje organizację wydarzeń aktywizująco- motywujących zwłaszcza przed ogłoszeniem naboru na projekty grantowe i projekty we współpracy. Są one bardzo potrzebne, ponieważ dotąd w LSR nie było operacji wspieranych przez programy inne niż PROW. Do ich organizacji zostaną zaproszone podmioty dysponujące doświadczeniem na tym polu

Sprawdzonej formą integracji są wizyty studyjne. Poprzez kilka dni uczestnicy mają okazję do pełniejszego poznania się, a wspólne doświadczenie pozwala na wspólne planowanie i wdrażanie poznanych podczas wizyty rozwiązań. Temat wyjazdu studyjnego będzie związany tematycznie z wdrażaną LSR, ale jej temat i cel zostanie wybrany poprzez rozpoznanie potrzeb. Dokona się to przez konsultacje internetowe, a wyboru spośród zgłoszonych propozycji dokona Zarząd.

LGD „Krasnystaw PLUS” zamierza zwiększać swą obecność na obszarze poprzez różne formy wspierania działań członków stowarzyszenia. Może to być promocja, patronat lub współorganizacja różnego rodzaju wydarzeń, a w niektórych wypadkach wsparcie może mieć także charakter finansowy. Dotyczy to wydarzeń promujących obszar, działań proekologicznych, pro obywatelskich lub edukacyjnych.

Przez to, że Stowarzyszenie jest organizacją otwartą i włączającą, nabór uczestników wszystkich działań animacyjnych i informacyjnych będzie otwarty. W przypadku limitowanej liczby uczestników decydować będą kolejność zgłoszeń lub kryteria wyboru podane do wiadomości wraz z ogłoszeniem o wydarzeniu.

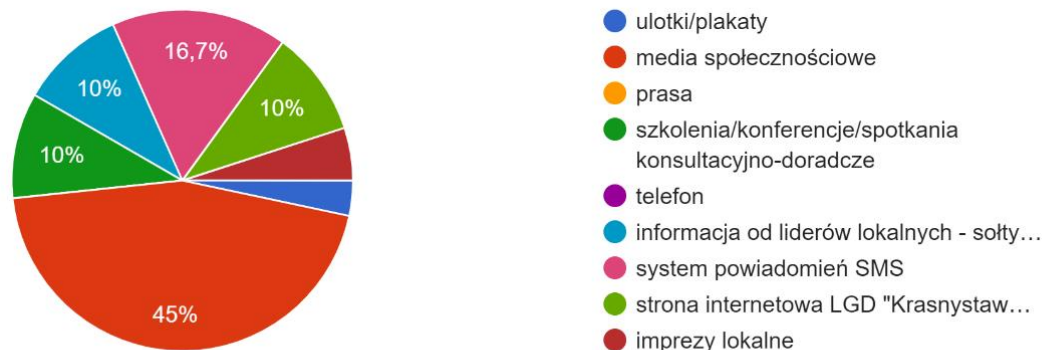
Ważnym aspektem jest to, że Plan komunikacji nie jest dziełem skończonym, bowiem będzie on podlegał ewaluacji, odpowiednio do zmieniających się uwarunkowań, w tym możliwych zakłóceń w procesie wdrażania LSR.

Podstawą ewaluacji będzie systematyczne gromadzenie informacji o prowadzonych działaniach. Biuro LGD na bieżąco będzie ewidencjonować i dokumentować wszystkie działania komunikacyjne. Anonimowe badania ankietowe dotyczyć będą poziomu zadowolenia z działań LGD, w których możliwy jest bezpośredni kontakt z odbiorcą, takich jak np.: warsztaty, szkolenia, wyjazdy studyjne. Dla badania efektywności pozostałych działań wykorzystany będzie formularz kontaktowy (umieszczony na stałe na stronie internetowej), który umożliwi przekazywanie do Biura LGD uwag i propozycji, w tym tych, dotyczących komunikacji. Zebrane ankiety i wydruki formularzy kontaktowych będą archiwizowane.

Na podstawie wyników badań z ankiety identyfikującej najefektywniejszy środek przekazu przez Stowarzyszenie LGD „Krasnystaw PLUS” zostały wybrane narzędzia i środki przekazu. Oprócz tych wskazanych przez potencjalnych beneficjentów zostaną zastosowane narzędzia i wskazane metody informowania i przekazywania wiedzy, które Rada, Zarząd oraz pracownicy biura uznają za bardzo efektywne w kontekście jakości składanych wniosków.

Źródło informacji o podejmowanych działaniach LGD Krasnystaw Plus

60 odpowiedzi



Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Wskaźniki środka przekazu i jego wartość liczbową oraz efekty tych działań	Budżet – ze wskazaniem źródła finansowania	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
2023 - 2027	Informowanie mieszkańców obszaru LGD o LSR w tym między innymi:	Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR oraz	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, rolnicy,	Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD, mediach	Wskaźniki: Artykuł zamieszczony na stronie LGD,	10000 zł	Monitoring oglądalności strony LGD oraz profili LGD w

	<ul style="list-style-type: none"> - jej głównych celach - typach operacji - zasadach przyznawania pomocy - kryteriach oceny - zasadach przyznawania dofinansowania - stosowanych procedurach oceny - o terminach ogłaszanych konkursów - zasadach realizacji projektów 	<p>możliwości skorzystania z dofinansowania.</p>	<p>przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jst.</p>	<p>społecznościowych, mediach o zasięgu lokalnym oraz stronach internetowych członków LGD (w tym w szczególności JST)</p> <p>- szkolenia i konferencje</p>	<p>stronach członków LGD oraz mediach społecznościowych</p> <p>(ilość 100 artykułów)</p> <p>aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany Organizacja spotkań informacyjno – szkoleniowych – (19 spotkań dla łącznie 200 osób)</p> <p>Informacje w mediach drukowanych o zasięgu lokalnym (ilość 19 ogłoszeń)</p> <p>Pisma do lokalnych liderów: 400 szt.</p> <p>Plakaty umieszczone na tablicach ogłoszeń w Gmina – 50 szt.</p>	<p>mediach społecznościowych</p> <p>Listy obecności na spotkaniach grupowych</p> <p>Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa</p>
--	---	--	--	--	---	---

					<p>plakatów</p> <p>Efekty do osiągnięcia:</p> <p>Efekty: Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w temacie funkcjonowania LGD oraz realizacji LSR a także poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji.</p>		
2023-2027	Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji i rozliczaniu projektów	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Beneficjenci oraz wnioskodawcy	- Doradztwo indywidualne/ szkolenia specjalistyczne	<p>Wskaźnik:</p> <p>Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart/ewidencji udzielonego doradztwa – liczba</p>	5000 zł	Karta/ ewidencja udzielonego doradztwa/ Lista obecności na szkoleniu

					<p>150 osób Liczba szkoleń specjalistycznych (zasady przygotowywania wniosku, biznes planu, przygotowania niezbędnych załączników, zasad realizacji i rozliczenia wniosków) – 10 szkoleń dla łącznie 100 uczestników.</p> <p>Efekty: Podniesienie wiedzy zainteresowanych osób, wnioskodawców i beneficjentów nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczenia</p>		
--	--	--	--	--	---	--	--

					projektów. Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa.		
2025- 2027	Informowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania oraz budowanie marki pozytywnego wizerunku LGD Krasnystaw PLUS	Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów oraz realizowanych projektach	Mieszkańcy obszaru LGD	Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - strona internetowa gmin członkowskich -Informacja na portalach społecznościowych fanpage LGD oraz mediach o zasięgu lokalnym	Wskaźnik: Artykuły na stronach internetowych (ilość 3 artykuły) Informacje na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym (ilość 3 szt.) Efekt: Poinformowanie	0 zł	Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów oraz ankieta on-line

					potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie tym samym zachęcenie do udziału w inicjatywach podejmowanych przez LGD oraz zbudowanie pozytywnego wizerunku LGD w społeczności lokalnej.		
2024-2027	Włączenie do aktywnego udziału we wdrażaniu LSR różnych grup społecznych Animacja – działania, które mają na celu zachęcenie mieszkańców do udziału we wdrażaniu	Festiwal Jesieni – inicjatywa realizowana w partnerstwie z KGW oraz NGO	KGW, JST, OŚRODKI KULTURY, NGO, KOBIECY ,	Informacja na stronie internetowej LGD, stronach internetowych Ośrodków Kultury, JST, e-mail.	Wskaźnik: Festiwale – 4 szt. po 150 osób łącznie. Efekt: zintegrowanie lokalnych środowisk kobiecych poprzez kultywowanie tradycji kulinarnych.	40 000 zł	

<p>LSR oraz aktywnym udziale w inicjatywach podejmowanych przez LGD a także animowanie do podejmowania innowacji.</p>	<p>Forum Gospodarcze – inicjatywa partnerska realizowana wspólnie z JST</p>	<p>PRZEDSIĘBIORCY, OSOBY ROZPOCZYNAJĄCE DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZĄ, JST,</p>	<p>Informacja na stronie internetowej LGD, stronach internetowych JST</p>	<p>Zachęcanie do udziału we wspólnych działaniach oraz prezentowanie dobrych przykładów współpracy i inicjatyw partnerskich oraz zachęcanie do podejmowania działań innowacyjnych.</p> <p>Wskaźnik: Konferencje – 4 dla 250 osób łącznie.</p> <p>Efekt: Poinformowanie środowiska</p>	<p>40 000 zł</p>
---	---	---	---	---	------------------

			<p>INSTYTUCJE OTOCZENIA BIZNESU,</p>		<p>biznesowego o dostępnych środkach finansowych na działalność gospodarczą tym samym większe zainteresowanie działalnością LGD oraz składaniem wniosków o wsparcie finansowe. Zachęcanie do wdrażania innowacji oraz współpracy ze środowiskiem B+R.</p>	
2024- 2027		Akademia Młodzieży	<p>MŁODZIEŻ ZE SZKÓŁ ŚREDNICH POWIATU KRASNOSTAWS KIEGO ORAZ STUDENCI</p>	<p>Informacja na stronie internetowej LGD, stronach internetowych JST, stronie www szkół oraz w mediach społecznościowych</p>	<p>Wskaźnik – Wizyty studyjne – 2 wyjazdy dla łącznie 80 osób. Spotkania inspirująco – motywujące – 2 spotkania dla</p>	150 000 zł

		Seniorzy mogą	Seniorzy I	<p>łączenie 80 osób Forum Młodzieży – 4 konferencje dla 400 uczestników łącznie. Konkursy na innowacyjne projekty – 4 konkursy. Efekt: Zachęcenie młodzieży do współdziałania, współpracy, tworzenia wspólnych inicjatyw ważnych dla rozwoju lokalnego środowiska. Zachęcanie do tworzenia innowacji i wdrażania nowych rozwiązań poprzez aplikowanie o środki w LGD. Wskaźniki:</p>		
--	--	---------------	------------	--	--	--

2024-2027		być „cool” – sztuka integracji międzypokoleniowej.	młodzież z całego obszaru LGD	Spotkania integrująco – motywacyjne seniorów i ludzi młodych – 4 spotkania dla 400 osób łącznie Efekt: Zachęcenie seniorów do współdziałania, współpracy i Integracji z ludźmi młodymi. Pobudzenie motywacji do działania i pozyskiwania środków z budżetu LGD na rozwój inicjatyw w tym innowacyjnych i nietuzinkowych.	40 000 zł	
-----------	--	--	-------------------------------	--	-----------	--