

| LP. | Zadania | Wskaźnik produktu | Wartość wskaźnika produktu do osiągnięcia roku 2024 | Wskaźnik rezultatu | Wartość wskaźnika rezultatu do osiągnięcia w roku 2024 | Planowany koszt zadania na rok 2024 | Termin realizacji | Realizowane cele | Uzasadnienie |
|-----|--|---|---|--|--|-------------------------------------|------------------------|---|--|
| 1 | Strona internetowa LGD PDS | liczba postów na stronie | 12 | Liczba wyświetleń – 36 000 odsłon | 6000 | 20 000 | styczeń- grudzień 2024 | Cel główny Planu Komunikacji (PK), tj.: szerokie włączenie społeczności lokalnej w proces planowania, wdrażania i ewaluacji działań prorozwojowych, w tym w szczególności podejmowanych w ramach Lokalnej Strategii Rozwoju. Szczegółowe cele komunikacyjne: 2. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD PDS. 5. Zarządzanie procesem wdrażania strategii w sposób partycypacyjny i przejrzysty. | Utrzymanie i aktualizacja strony internetowej jest obowiązkiem LGD wynikającym z umowy ramowej LGD. |
| 2 | Mailing | Częstotliwość wysyłki newslettera - przynajmniej 1 raz w kwartale | 4 | Liczba odbiorców newslettera - 200 osób | 100 | 0 | styczeń- grudzień 2024 | Cel główny Planu Komunikacji (PK), tj.: szerokie włączenie społeczności lokalnej w proces planowania, wdrażania i ewaluacji działań prorozwojowych, w tym w szczególności podejmowanych w ramach Lokalnej Strategii Rozwoju. Szczegółowe cele komunikacyjne: 2. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD PDS. 3. Pobudzenie społeczności lokalnej do działania oraz wzmacnianie jej roli w zarządzaniu rozwojem lokalnym. 4. Dostarczenie mieszkańcom niezbędnej wiedzy i umiejętności przydatnych w procesie zarządzania rozwojem lokalnym. 5. Zarządzanie procesem wdrażania strategii w sposób partycypacyjny i przejrzysty. | Newsletter jest jedną z metod komunikacji wykorzystywaną do dystrybucji informacji o aktualnych wydarzeniach w LGD, w tym o planowanych konkursach, spotkaniach informacyjnych, aktualnościach na stronie LGD. Zadanie bezkosztowe. |
| 3 | Konkurs Społeczni Aktywni | Liczba wybranych projektów - 50 | 10 | Liczba uczestników działań w wybranych projektach - 500 | 100 | 25 000 | styczeń- grudzień 2024 | Cel główny Planu Komunikacji (PK), tj.: szerokie włączenie społeczności lokalnej w proces planowania, wdrażania i ewaluacji działań prorozwojowych, w tym w szczególności podejmowanych w ramach Lokalnej Strategii Rozwoju. Szczegółowe cele komunikacyjne: 1. Zwiększenie „zakorzenienia” LGD PDS w środowisku lokalnym. 2. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD PDS. 3. Pobudzenie społeczności lokalnej do działania oraz wzmacnianie jej roli w zarządzaniu rozwojem lokalnym. | Przewiduje się organizację VI edycji konkursu którego celem jest pobudzenie aktywności lokalnej poprzez wspieranie realizacji pomysłów inicjujących współpracę mieszkańców na rzecz dobra wspólnego. Jest on prowadzony z myślą o niewielkich organizacjach, grupach nieformalnych, liderach lokalnych, którzy podejmują działania wynikające z konkretnych potrzeb danej społeczności i będą realizowane wspólnymi siłami mieszkańców i instytucji życia lokalnego. Nagrodą dla laureatów konkursu będzie możliwość sfinansowania ze środków działania LEADER będących w dyspozycji LGD wybranych, najciekawszych inicjatyw lokalnych. |
| 4 | Baza producentów produktów i usług lokalnych | Częstotliwość aktualizacji bazy - 1 raz w roku | 1 | Ilość odbiorców strony internetowej/aplikacji - 2 tys. | 330 | 3 000 | styczeń- grudzień 2024 | Cel główny Planu Komunikacji (PK), tj.: szerokie włączenie społeczności lokalnej w proces planowania, wdrażania i ewaluacji działań prorozwojowych, w tym w szczególności podejmowanych w ramach Lokalnej Strategii Rozwoju. Szczegółowe cele komunikacyjne: 3. Pobudzenie społeczności lokalnej do działania oraz wzmacnianie jej roli w zarządzaniu rozwojem lokalnym. 4. Dostarczenie mieszkańcom niezbędnej wiedzy i umiejętności przydatnych w procesie zarządzania rozwojem lokalnym. | Pozycja obejmuje coroczną aktualizację bazy produktów lokalnych zgodnie z zawartą umową. |
| 5 | Regionalbus | Liczba zorganizowanych lokalnych wyjazdów studyjnych - 3 | 1 | Liczba uczestników regionalbusa - 90 | 30 | 6 000 | styczeń- grudzień 2024 | Cel główny Planu Komunikacji (PK), tj.: szerokie włączenie społeczności lokalnej w proces planowania, wdrażania i ewaluacji działań prorozwojowych, w tym w szczególności podejmowanych w ramach Lokalnej Strategii Rozwoju. Szczegółowe cele komunikacyjne: 3. Pobudzenie społeczności lokalnej do działania oraz wzmacnianie jej roli w zarządzaniu rozwojem lokalnym. 4. Dostarczenie mieszkańcom niezbędnej wiedzy i umiejętności przydatnych w procesie zarządzania rozwojem lokalnym | Zakłada się powrót do organizacji Regionalbusa, jako działania upowszechniającego dobre praktyki na obszarze LGD, inspirowanego do wymiany doświadczeń i zwiększającego rozpoznawalność projektów realizowanych w ramach LSR. Zadanie polega na organizacji lokalnej wizyty studyjnej pozwalającej uczestnikom na odwiedzenie miejsc, które w ciekawy i nietuzinkowy sposób wykorzystują lokalne zasoby, prowadzą w atrakcyjnej formie działania na rzecz mieszkańców i turystów, aktywnie włączają się w działania rozwojowe na obszarze LGD. Działanie ma zwiększyć poziom sieciowania pomiędzy osobami i podmiotami z terenu LGD, umiejętność kreowania komplementarnych względem siebie projektów, wzajemnego korzystania z doświadczeń i budować partnerskie relacje na poziomie ponadlokalnym wykraczającym poza teren 1 miejscowości czy gminy. |
| 6 | Współpraca z mediami lokalnymi | Częstotliwość wysyłki - przynajmniej 1 raz w kwartale | 4 | Liczba publikacji w mediach lokalnych i na portalach informacyjnych - 15 | 2 | 0 | styczeń- grudzień 2024 | Cel główny Planu Komunikacji (PK), tj.: szerokie włączenie społeczności lokalnej w proces planowania, wdrażania i ewaluacji działań prorozwojowych, w tym w szczególności podejmowanych w ramach Lokalnej Strategii Rozwoju. Szczegółowe cele komunikacyjne: 2. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD PDS. 3. Pobudzenie społeczności lokalnej do działania oraz wzmacnianie jej roli w zarządzaniu rozwojem lokalnym. 4. Dostarczenie mieszkańcom niezbędnej wiedzy i umiejętności przydatnych w procesie zarządzania rozwojem lokalnym. 5. Zarządzanie procesem wdrażania strategii w sposób partycypacyjny i przejrzysty. | Przewiduje się systematyczną współpracę z mediami lokalnymi, do których należą min. Kurier Bytowski, Głos Pomorza, portale lokalne, lokalne rozgłośnie radiowe. LGD prowadzić będzie wysyłkę informacji o ważniejszych zamierzeniach LGD i podejmowanych działaniach do przedstawicieli mediów lokalnych, a także utrzymać bezpośrednie relacje z dziennikarzami |

Liliana Gross
Prezes Zarządu
LGD Partnerstwo Dorzecze Słupia

Marcin Heron
Wiceprezes Zarządu
LGD Partnerstwo Dorzecze Słupia