

LP.	Zadania	Wskaźnik produktu	Wartość wskaźnika produktu do osiągnięcia roku 2025	Wskaźnik rezultatu	Wartość wskaźnika rezultatu do osiągnięcia roku 2025	Planowany koszt zadania na rok 2025	Termin realizacji	Realizowane cele	Uzasadnienie
1	Strona internetowa LGD PDS	liczba postów na stronie	12	Liczba wyświetleń – 36 000 odsłon	6000	1 000	styczeń- grudzień 2025	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	50	0	styczeń- grudzień 2025	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	Spotkania informacyjne	Częstotliwość spotkań - przynajmniej 4 razy w roku	4	Liczba uczestników spotkań - 192 osób (również osób powtarzających się)	32	1 200	styczeń- grudzień 2025	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	Przewiduje się organizację 4 spotkań informacyjnych prowadzonych przez pracowników biura LGD.
4	Usługi doradcze	Liczba udzielonych porad - 250	70	Liczba korzystających z porad -250 (również osób powtarzających się)	70	0	styczeń- grudzień 2025	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: 4. Dostarczenie mieszkańcom niezbędnej wiedzy i umiejętności przydatnych w procesie zarządzania rozwojem lokalnym.	Usługi doradcze świadczone będą nieodpłatnie przez pracowników biura LGD.
5	Szkolenia dla organów	Częstotliwość szkoleń - 1 raz w roku	1	Liczba uczestników szkoleń - 120 (również osób powtarzających się)	20	7 000	styczeń- grudzień 2025	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. 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. 6. Umożliwianie wymiany doświadczeń i sieciowania partnerów na poziomie lokalnym.	Na rok 2025 przewiduje się organizację szkoleń dla pracowników i członków organów LGD.
6	Konkurs Społeczni Aktywni	Liczba wybranych projektów - 50	10	Liczba uczestników działań w wybranych projektach - 500	100	25 000	styczeń- grudzień 2025	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 VII 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.
7	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 2025	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.
9	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 2025	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 prowadzi będzie wysyłkę informacji o ważniejszych zamierzeniach LGD i podejmowanych działaniach do przedstawicieli mediów lokalnych, a także utrzyma bezpośrednie relacje z dziennikarzami

Liliana Grosz
Prezes Zarządu
LGD Partnerstwo Dorzecze Słupi

Marcin Heron
Wiceprezes Zarządu
LGD Partnerstwo Dorzecze Słupi