

Załącznik nr 3

Tabela 35. Plan komunikacji.

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki	Budżet	Planowane efekty
2016	Podniesienie świadomości społeczności lokalnej na temat funkcjonowania LGD i realizacji LSR	Kampania informacyjna na temat założeń LSR	Mieszkańcy obszaru LGD, w szczególności: 1. grupy defaworyzowane tj. młodzież do 25 roku życia, kobiety w każdym wieku, osoby niepełnosprawne, osoby w wieku 50+ oraz rolnicy. 2. Potencjalni wnioskodawcy, w tym: przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, JST	- Informacja i doradztwo w siedzibie LGD, - Spotkania informacyjne dla potencjalnych beneficjentów (grupy docelowej) na terenie objęty LSR, - Internet: Strona internetowa LGD, portal społecznościowy, strony internetowe urzędów gmin z linkiem do www LGD, e-mail (e-konsultacje) - Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w siedzibach gmin (partnerów LGD)	- Liczba osób korzystających z doradztwa w biurze LGD oraz na spotkaniach informacyjnych w każdej gminie LGD (273osoby) - Liczba artykułów internetowych informacyjnych i promocyjnych (2 szt.) - Liczba informacji na stronie LGD oraz stronach internetowych urzędów gmin (partnerów LGD) z linkiem do www LGD - Liczba miejsc, w których wywieszono ogłoszenie na tablicach informacyjnych w siedzibach gmin (partnerów LGD)- (7 szt.).	600,00 zł.	1. Wzrost zainteresowania działalnością LGD, 2. Poinformowanie o zasadach realizacji LSR.
2016	Poinformowanie o celach i zasadach przyznawania dofinansowania	Kampania informacyjna dotycząca warunków i zasad udzielania pomocy	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności : grupy defaworyzowane tj. młodzież do 25 roku życia, kobiety w każdym wieku, osoby niepełnosprawne, osoby w wieku 50+ oraz rolnicy. przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, JST	- Informacja i doradztwo w siedzibie LGD - Internet: Strona internetowa LGD, portal społecznościowy, strony internetowe członków LGD, e-mail (e-konsultacje) - szkolenia - ogłoszenia w lokalnych mediach. - szkolenia dla potencjalnych beneficjentów - drukowane materiały informacyjne i promocyjne	- - - ilość odsłon na stronach/ portalach społecznościowych, -	4 600,00 zł	Wzrost kompetencji na temat: - warunkach i zasad przyznawania pomocy, - limitach środków, - procedurach i kryteriach wyboru, Wzrost jakości składanych wniosków
2017	Poinformowanie o celach i zasadach przyznawania dofinansowania	Kampania informacyjna dotycząca warunków i zasad udzielania pomocy	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności : grupy defaworyzowane tj. młodzież do 25 roku życia, kobiety w każdym wieku,	- Informacja i doradztwo w siedzibie LGD - Spotkania informacyjne dla potencjalnych beneficjentów (grupy docelowej) na terenie	- liczba osób, którym udzielono doradztwa (540 os.) - liczba uczestników szkolenia/ spotkań otwartych (35os.) - ilość odsłon na stronach/ portalach	2000,00 zł	Wzrost kompetencji na temat: - warunkach i zasad przyznawania pomocy,

	a		osoby niepełnosprawne, osoby w wieku 50+ oraz rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, JST	- objęty LSR, Internet: Strona internetowa LGD, portal społecznościowy, strony internetowe członków LGD, e-mail (e-konsultacje) - szkolenia - ogłoszenia w lokalnych mediach. - szkolenia dla potencjalnych beneficjentów - drukowane materiały informacyjne i promocyjne - drukowanie ulotek informacyjnych	społecznościowych - liczba udzielonych informacji za pomocą e-mail (e- konsultacje) - liczba wydanych ulotek informacyjnych (5 000 szt.)		- limitach środków, - procedurach i kryteriach wyboru, Wzrost jakości składanych wniosków
2017	Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny jakości pomocy, uzyskanie informacji do monitorowania wskaźników LSR	Badania satysfakcji wnioskodawców dot. jakości świadczonej pomocy przez LGD na etapie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy.	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR, w tym osoby z grup defaworyzowanych.	- Ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy e-mail wnioskodawców, - Ankiety w formie papierowej,	- Ankiety rozestane do co najmniej 50% wnioskodawców,	500,00 zł	Zwrot ankiet na poziomie 15%
2017	Budowa pozytywnego wizerunku i marki Stowarzyszenia Kraina Lasów i Jezior – Lokalna Grupa Działania	Informowanie o działalności Krainy Lasów i Jezior – LGD oraz prezentacja dobrych praktyk jako zachęta do korzystania z funduszy w ramach PROW	Mieszkańcy obszaru LGD, w szczególności: - potencjalni wnioskodawcy, - grupy defaworyzowane: młodzież do 25 roku życia, kobiety w każdym wieku, osoby niepełnosprawne, osoby w wieku 50+, rolnicy,	- Internet: - strona internetowa LGD, - strony internetowe gmin członkowskich, portale społecznościowe, - Newsletter - wysyłanie informacji za pomocą e-mail. - Prezentacja informacji podczas wydarzeń na obszarze LGD. - Spotkania otwarte w każdej gminie LGD. - Wizyty studyjne	- Liczba odwiedzin strony / portalu społecznościowego (na poziomie 4 500) - Liczba publikacji w lokalnych mediach (3 szt.) - Liczba stoisk promocyjnych (3 szt.) - Liczba zorganizowanych konkursów przez LGD (3 szt.) - Wydawanie materiałów informacyjno –promocyjnych (10 000 szt.) - Liczba wizyt studyjnych (1 wizyta) - Liczba osób, która skorzystała z wizyty (48 osób)	80 000,00 zł	- Budowanie kapitału społecznego poprzez aktywizację mieszkańców. - Motywowanie, pobudzanie do działania lokalnej społeczności. -Wzrost zainteresowania aplikowaniem o środki unijne
2018	Poinformowani	Kampania	Potencjalni wnioskodawcy,	- Informacja i doradztwo w siedzibie	- liczba osób, którym udzielono	5 000,00 zł	Wzrost kompetencji na

	e o celach i zasadach przyznawania dofinansowania	informacyjna dotycząca warunków i zasad udzielania pomocy	w szczególności : grupy defaworyzowane tj. młodzież do 25 roku życia, kobiety w każdym wieku, osoby niepełnosprawne, osoby w wieku 50+ oraz rolnicy. przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, JST	LGD - Spotkania informacyjne dla potencjalnych beneficjentów (grupy docelowej) na terenie objęty LSR, - Internet: Strona internetowa LGD, portal społecznościowy, strony internetowe członków LGD, e-mail (e-konsultacje) szkolenia ogłoszenia w lokalnych mediach. szkolenia dla potencjalnych beneficjentów drukowane materiały informacyjne i promocyjne drukowanie ulotek informacyjnych	doradztwa (540 os.) - liczba uczestników szkolenia/ spotkań otwartych (34os.) - ilość odsłon na stronach/ portalach społecznościowych - liczba udzielonych informacji za pomocą e-mail (e- konsultacje) - liczba wydanych materiałów informacyjnych (2 500 szt.)		temat: - warunkach i zasad przyznawania pomocy, - limitach środków, - procedurach i kryteriach wyboru, Wzrost jakości składanych wniosków
2018	Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny jakości pomocy, uzyskanie informacji do monitorowania wskaźników LSR	Badania satysfakcji wnioskodawców dot. jakości świadczonej pomocy przez LGD na etapie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy.	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR, w tym osoby z grup defaworyzowanych.	Ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy e-mail wnioskodawców, Ankiety w formie papierowej,	- Ankiety rozesyłane do co najmniej 50% wnioskodawców,	500,00 zł	Zwrot ankiet na poziomie 15%
2018	Budowa pozytywnego wizerunku i marki Stowarzyszenia Kraina Lasów i Jezior – Lokalna Grupa Działania	Informowanie o działalności Krainy Lasów i Jezior – LGD oraz prezentacja dobrych praktyk jako zachęta do korzystania z funduszy w ramach PROW	Mieszkańcy obszaru LGD, w tym: - potencjalni wnioskodawcy, - grupy defaworyzowane: młodzież do 25 roku życia, kobiety w każdym wieku, osoby niepełnosprawne, osoby w wieku 50+, rolnicy.	1. Internet: - strona internetowa LGD, - strony internetowe gmin członkowskich, portale społecznościowe, - Newsletter – wysyłanie informacji za pomocą e-mail. 2. Prezentacja informacji podczas wydarzeń na obszarze LGD. 3. Spotkania otwarte w każdej gminie LGD. 4. Wizyty studyjne.	1. Liczba odwiedzin strony / portalu społecznościowego (na poziomie 4 500) 2. Liczba publikacji w lokalnych mediach (3 szt.) 3. <u>Liczba stoisk promocyjnych (3 szt.)</u> 4. <u>Liczba zorganizowanych konkursów przez LGD (3 szt.)</u> 5. <u>Wydawanie materiałów promocyjnych (5 000 szt.)</u> 6. <u>Liczba zorganizowanych wizyt studyjnych (1 wizyta)</u> 7. <u>Liczba osób, które skorzystały z wizyty studyjnej (48 osób)</u>	10 000,00 zł	- Budowanie kapitału społecznego poprzez aktywizację mieszkańców. - Motywowanie, pobudzanie do działania lokalnej społeczności. - Wzrost zainteresowania aplikowaniem o środki unijne
2019	Poinformowani	Kampania	Potencjalni wnioskodawcy,	- Informacja i doradztwo w	- liczba osób, którym udzielono	3 000,00	Wzrost kompetencji na

	e o celach i zasadach przyznawania dofinansowania	informacyjna dotycząca warunków i zasad udzielania pomocy	w szczególności : grupy defaworyzowane tj. młodzież do 25 roku życia, kobiety w każdym wieku, osoby niepełnosprawne, osoby w wieku 50+ oraz rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, JST	siedzibie LGD - Spotkania informacyjne dla potencjalnych beneficjentów (grupy docelowej) na terenie objęty LSR, - Internet: Strona internetowa LGD, portal społecznościowy, strony internetowe członków LGD, e-mail (e-konsultacje) - szkolenia - ogłoszenia w lokalnych mediach. - szkolenia dla potencjalnych beneficjentów - drukowane materiały informacyjne i promocyjne	doradztwa (540 os.) - liczba uczestników szkolenia/ spotkań otwartych (34 os.) - ilość odsłon na stronach/ portalach społecznościowych - liczba udzielonych informacji za pomocą e-mail (e- konsultacje) - liczba wydanych materiałów informacyjno – promocyjnych (5 000 szt.)	zł	temat: - warunkach i zasad przyznawania pomocy, - limitach środków, - procedurach i kryteriach wyboru, Wzrost jakości składanych wniosków
2019	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. realizacji LSR na temat oceny jakości pomocy, uzyskanie informacji do monitorowania wskaźników LSR	Badania satysfakcji wnioskodawców dot. jakości świadczonej pomocy przez LGD na etapie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy.	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR, w tym osoby z grup defaworyzowanych.	- Ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy e-mail wnioskodawców, - Ankiety w formie papierowej,	- Ankiety rozesyłane do co najmniej 50% wnioskodawców,	0 zł	Zwrot ankiet na poziomie 15%
2019	Poinformowanie mieszkańców o LSR oraz wstępnych efektach realizacji LSR	Kampania informacyjna na temat stopnia zrealizowania LSR oraz jej efektów	Wszyscy mieszkańcy obszaru LGD, w tym osoby z grup defaworyzowanych	- Materiały promocyjne, - Artykuły w prasie lokalnej i na stronie LGD	- Liczba artykułów w prasie lokalnej (6 szt.) - Liczba wydanych materiałów promocyjnych (1 kpl.).	5 000,00 zł	- Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji oraz efektach LSR
2020	Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny jakości pomocy, uzyskanie informacji do monitorowania	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dotyczących jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania i realizacji wniosków	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR, w tym osoby z grup defaworyzowanych.	- Ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy e-mail wnioskodawców, - Ankiety w formie papierowej,	Ankiety rozsyłane do co najmniej 50% wnioskodawców (zakończonych konkursów)	0 zł.	Zwrot ankiet na poziomie 15%.

	wskaźników LSR						
2020	Poinformowanie mieszkańców o LSR oraz wstępnych efektach realizacji LSR	Kampania informacyjna na temat stopnia zrealizowania LSR oraz jej efektów na lata 2014 – 2020	Wszyscy mieszkańcy obszaru LGD, w tym osoby z grup defaworyzowanych	- Materiały promocyjne, - Artykuły w prasie lokalnej i na stronie LGD	- Liczba artykułów w prasie lokalnej (6 szt.) - Liczba wydanych materiałów promocyjnych (1 kpl.).	4 000,00 zł	- Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji oraz efektach LSR.
2021	Podsumowanie realizacji LSR	Kampania informacyjna na temat głównych efektów LSR na lata 2014- 2020	Wszyscy mieszkańcy obszaru LGD, w tym osoby z grup defaworyzowanych.	- Artykuły w prasie lokalnej, - Konferencja podsumowująca, - Informacja na stronie LGD,	- Liczba artykułów w prasie (6szt.), - Konferencja podsumowująca (1 konferencja), - Informacja na stronie LGD (1 artykuł)	1 000,00 zł.	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji oraz efektach LSR.

Źródło: Opracowanie własne

SZACOWANY ŁĄCZNY BUDŻET NA DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE WYNOŚI 55 700,00 ZŁ