

Załącznik 1 Plan komunikacji

Tabela 1 Metody komunikacji w zależności od grupy docelowej, w tym grupy defaworyzowanej wraz z efektami działań

Cel działań komunikacyjnych	Działania i środki przekazu Sposób dotarcia do grupy docelowej/defaworyzowanej	Grupa docelowa/ defaworyzowana działań komunikacyjnych	Efekty działań komunikacyjnych
Poinformowanie o rozpoczęciu realizacji LSR, planowanych działaniach i możliwościach dofinansowania	<ul style="list-style-type: none"> - Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w siedzibach instytucji użyteczności publicznej i w sołectwach obszaru LGD. - Artykuły na stronie internetowej LGD, na stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD, na profilu LGD na portalu społecznościowym. - Przedstawienie informacji podczas wydarzeń na obszarze LGD. - Wysyłka bezadresowa do gospodarstw domowych i podmiotów z obszaru LGD. - Ankiety oceniające poziom zadowolenia z działań informacyjnych i doradczych. - Informacja i doradztwo w siedzibie LGD. - Kontakt poprzez rozmowę telefoniczną. - Materiał informacyjny w prasie lokalnej. - Spotkanie podczas Sesji Rady w gminach. - Przekazywanie informacji do głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich. 	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, turyści, organizacje pozarządowe, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni)/kobiety.	<ul style="list-style-type: none"> - Zwiększenie wiedzy grup docelowych na temat założeń LSR i działalności LGD; - Zwiększenie wiedzy grup docelowych na temat dostępnych środków finansowych i możliwości pozyskania dofinansowania na realizację projektów; - Przygotowanie się potencjalnych beneficjentów do ogłaszanych konkursów.
Podsumowanie dotychczas zrealizowanych działań oraz przedstawienie działań planowanych	<ul style="list-style-type: none"> - Artykuły na stronie internetowej LGD, na stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD, na profilu LGD na portalu społecznościowym. - Prezentacja informacji podczas wydarzeń na obszarze LGD. - Wysyłka bezadresowa do gospodarstw domowych i podmiotów z obszaru LGD. - Spotkanie informacyjne dla potencjalnych beneficjentów. - Ankiety oceniające poziom zadowolenia z działań 	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, turyści, organizacje pozarządowe, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni)/kobiety.	<ul style="list-style-type: none"> - Podniesienie wiedzy społeczności lokalnej w zakresie realizacji projektów oraz planowanych dalszych działań; - Poprawa działalności LGD dzięki informacjom zwrotnym; - Zwiększenie sprawności, efektywności i adekwatności działań do potrzeb grup docelowych, w tym defaworyzowanej;

	<p>informacyjnych i doradczych.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informacja i doradztwo w siedzibie LGD. - Kontakt poprzez rozmowę telefoniczną. - Materiał informacyjny w prasie lokalnej. - Spotkanie podczas Sesji Rady w gminach. - Przekazywanie informacji do głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich. 		<ul style="list-style-type: none"> - Dostosowanie do potrzeb prowadzonych działań informacyjnych.
Podsumowanie realizacji LSR	<ul style="list-style-type: none"> - Artykuły na stronie internetowej LGD, na stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD, na profilu LGD na portalu społecznościowym. - Prezentacja informacji podczas wydarzeń na obszarze LGD. - Wysyłka bezadresowa do gospodarstw domowych i podmiotów z obszaru LGD. - Materiał informacyjny w prasie lokalnej. - Spotkanie podczas Sesji Rady w gminach. - Spotkanie podsumowujące. 	<p>Mieszkańcy, przedsiębiorcy, turyści, organizacje pozarządowe, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni)/kobiety.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Wzrost wiedzy grup docelowych na temat efektów i rezultatów wdrożonej LSR; - Uzyskanie opinii wszystkich grup docelowych na temat realizacji LSR oraz działalności LGD.
Poinformowanie o planowanym konkursie	<ul style="list-style-type: none"> - Artykuły na stronie internetowej LGD, stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD, profilu LGD na portalu społecznościowym. - Przedstawienie informacji podczas wydarzeń na obszarze LGD. - Spotkanie informacyjne dla potencjalnych beneficjentów. - Kontakt poprzez rozmowę telefoniczną. - Materiał informacyjny w prasie lokalnej. - Przekazanie informacji do głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich. - Mini ulotki pozostawione w sklepach. 	<p>Mieszkańcy, przedsiębiorcy, turyści, organizacje pozarządowe, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni)/kobiety.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Przygotowanie grup docelowych, w tym defaworyzowanej do realizacji planowanych operacji; - Przygotowanie LGD do efektywniejszego planowania kolejnych konkursów i prowadzenia niezbędnych działań informacyjno-edukacyjnych; - Zweryfikowanie stosowanych metod komunikacji.
Poinformowanie o wynikach konkursu	<ul style="list-style-type: none"> - Artykuły na stronie internetowej LGD, stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD, profilu LGD na portalu społecznościowym. 	<p>Mieszkańcy, przedsiębiorcy, turyści, organizacje pozarządowe, członkowie organizacji pozarządowych</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Przygotowanie grup docelowych, w tym defaworyzowanej do realizacji planowanych operacji; - Przygotowanie LGD do efektywniejszego planowania kolejnych konkursów

		(działacze społeczni)/ kobiety.	i prowadzenia niezbędnych działań informacyjno-edukacyjnych; - Zweryfikowanie stosowanych metod komunikacji.
Poinformowanie o planowanych i dokonanych zmianach	- Artykuły na stronie internetowej LGD, stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD, profilu LGD na portalu społecznościowym.	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, turyści, organizacje pozarządowe, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni)/kobiety.	- Poznanie aktualnych potrzeb i problemów oraz aktualizacja dokumentu w celu dostosowania do potrzeb grup docelowych; - Dostosowanie elementów LSR do bieżącej sytuacji społeczno-gospodarczej grup docelowych.

Tabela 2 Metody komunikacji planowane do wykonania na różnych etapach wdrażania LSR

Lp.	Metody komunikacji/zadania animacji lokalnej i współpracy	Wskaźnik Metoda pomiaru wykonania zadania	ETAP/cel/wartość wskaźnika						
			Rozpoczęcie realizacji LSR	Łącznie w latach 2017–2022	Zakończenie realizacji LSR 2022–2023	Przed konkursem – 2016	Łącznie przed konkursami i w latach 2017–2019	Po każdym konkursie	Przy zmianie zapisów LSR, dokumentów powiązanych
1.	Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w siedzibach instytucji użyteczności publicznej.	Liczba instytucji, w których umieszczono ogłoszenie Wykaz instytucji	24	–	–	–	–	–	–
2.	Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w sołectwach obszaru LGD	Liczba sołectw, w których umieszczono ogłoszenie Wykaz sołectw	60	–	–	–	–	–	–
3.	Artykuły na stronie internetowej LGD	Liczba wejść na stronę internetową z artykułem Licznik na stronie www	275	275	275	552	700	275	150
4.	Artykuły na stronach	Liczba zamieszczonych	6	6	6	6	30	6	6

	internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD.	artykułów Dane ze stron gmin/wykaz artykułów							
5.	Artykuły na profilu LGD na portalu społecznościowym.	Liczba osób, które zobaczyły artykuł Licznik wejść	100	55	100	250	400	55	55
6.	Prezentacja informacji podczas wydarzeń na obszarze LGD.	Liczba wydarzeń Notatka pracownika biura LGD/dokumentacja fotograficzna	12	6	6	–	–	–	–
7.	Wysyłka bezadresowa do gospodarstw domowych i podmiotów z obszaru LGD	Liczba kampanii wysyłkowych Dokumentacja potwierdzająca wysyłkę	1	1	–	–	–	–	–
8.	Spotkanie informacyjne dla potencjalnych beneficjentów	Liczba osób, która wzięła udział w spotkaniach Listy obecności ze spotkań	150	100 – 2017; 55 – 2018, 2019	–	150	75	–	–
9.	Ankiety oceniające poziom zadowolenia z działań informacyjnych i doradczych.	Ilość wypełnionych ankiet Rejestr usług doradczych	150	500	–	–	–	–	–
10.	Informacja i doradztwo w siedzibie LGD.	Liczba osób korzystająca z doradztwa Rejestr usług doradczych	–	400	–	80	–	–	–
11.	Kontakt poprzez rozmowę telefoniczną.	Liczba osób Rejestr usług doradczych	100	200	–	60	180	–	–

12.	Materiał informacyjny w prasie lokalnej	Potencjalna liczba odbiorców Wykaz tytułów/Dane wydawców	5 521	5 521	5521	5521	5521	–	–
13.	Spotkanie podczas Sesji Rady w gminach.	Liczba sesji Protokoły z sesji	6	6	6	–	–	–	–
14.	Przekazanie informacji do głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich.	Liczba przekazanych informacji Wykaz przekazanych informacji	1	1	–	2	13	-	-
15.	Spotkanie dla grup defaworyzowanych określonych w LSR	Liczba spotkań Listy obecności ze spotkań	–	–	–	2	–	–	–
16.	Inne (jakie?) Mini ulotki pozostawione w sklepach	Liczba rozdyskrebowanych ulotek Wykaz miejsc dystrybucji	–	–	–	10 000	55 000	–	–
17.	Spotkanie podsumowujące	Liczba spotkań, liczba osób Listy obecności	–	–	1 50	–	–	–	–