



## Załącznik nr 5 – Plan komunikacji

Poniższa tabela zawiera opis działań komunikacyjnych, grup docelowych (adresatów działań), środków przekazu oraz wskaźników i efektów planowanych działań.

Tabela 27 Plan komunikacji

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania	Środki przekazu planowane do wykorzystania	Wskaźniki	Planowane efekty działań komunikacyjnych
I i II połowa 2016	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o rozpoczęciu realizacji LSR na lata 2015-2023 (założenia, cele, zasady przyznawania dofinansowania oraz rodzaje operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR)	Kampania informacyjna nt. założeń LSR na lata 2015-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>potencjalni wnioskodawcy, w tym beneficjenci w ramach poprzedniej LSR</li> <li>grupy defaworyzowane</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w sołectwach obszaru LSR.</li> <li>artykuły na stronach internetowych urzędów gmin</li> <li>z linkiem do www LGD.</li> <li>Artykuły na stronie internetowej LGD.</li> <li>Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej i elektronicznej.</li> <li>Ulotka informacyjna dystrybuowana na obszarze LGD, w tym w odpowiednich urzędach pracy i ośrodkach pomocy społecznej,</li> <li>Spotkania podczas Sesji Rady w każdej gminie.</li> <li>Przekazanie informacji do głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich.</li> <li>Spotkania informacyjne dla potencjalnych beneficjentów</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>zamieszczenie artykułów na 8 stronach internetowych</li> <li>spotkania podczas 7 sesji Rad Gmin tworzących LGD</li> <li>7 spotkań w poszczególnych gminach dla potencjalnych wnioskodawców</li> <li>Wydruk i rozdysponowanie Biuletynu LGD – 70 egz.</li> <li>Wydruk i rozdysponowanie ulotek – 700 egz.</li> <li>Przekazanie informacji do min. 3 Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zainteresowanie mieszkańców i podmiotów operujących na obszarze tematyką LSR</li> <li>Dotarcie do min. 500 odbiorców</li> </ul>

<p>I i III połowa 2016</p>	<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych)</p>	<p>Kampania informacyjna nt. zasad oceniań i wyboru operacji przez LGD</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• potencjalni wnioskodawcy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artykuły na stronie internetowej LGD.</li> <li>• Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej i elektronicznej.</li> <li>• Spotkania informacyjne dla potencjalnych beneficjentów</li> <li>• Newsletter LGD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 7 spotkań w poszczególnych gminach dla potencjalnych wnioskodawców</li> <li>• Przekazanie informacji do min. 3 Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich</li> <li>• Uruchomienie newsletteru LGD i rozesłanie go do min. 100 odbiorców</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zainteresowanie mieszkańców i podmiotów operujących na obszarze tematyką LSR</li> <li>• Dotarcie do min. 500 odbiorców</li> </ul>
<p>Od I połowy 2016 do końca realizacji strategii przed każdym konkursem</p>	<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o warunkach i sposobach realizacji i rozliczania projektów. Poinformowanie potencjalnych uczestników projektów (odbiorców projektów), w tym przedstawicieli grup defaworyzowanych o możliwościach składania wniosków i uczestnictwie w operacjach</p>	<p>Informowanie nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów oraz możliwości uczestnictwa w operacjach</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• potencjalni wnioskodawcy, w tym beneficjenci w ramach poprzedniej LSR</li> <li>• grupy defaworyzowane</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej.</li> <li>• Spotkania informacyjne dla potencjalnych beneficjentów</li> <li>• Newsletter LGD</li> <li>• Przekazanie informacji do głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich.</li> <li>• Doradztwo w biurze LGD</li> <li>• Doradztwo telefoniczne</li> <li>• Przekazanie informacji do urzędów pracy i ośrodków pomocy społecznej celem dotarcia do grup defaworyzowanych</li> <li>• informacje na stronach poszczególnych gmin i na stronie LGD</li> </ul>	<p><u>Wskaźniki dla kampanii przed konkursem</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• organizacja spotkań w poszczególnych gminach dla potencjalnych wnioskodawców (w całym okresie min. 20 spotkań)</li> <li>• informacje na stronach internetowych poszczególnych urzędów gmin i na stronie LGD</li> <li>• Przekazanie informacji do min. 3 Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich</li> </ul>	<p><u>Wskaźniki dla kampanii przed każdym konkursem</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców - dotarcie do min. 500 odbiorców</li> <li>• Zapewnienie złożenia wniosków przez min. 40 wnioskodawców w całym okresie</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• szkolenia dla potencjalnych wnioskodawców</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uruchomienie newsletteru LGD i rozesłanie go każdorazowo do min. 100 odbiorców</li> <li>• Udzielenie doradztwa dla min. 80 wnioskodawców w całym okresie</li> <li>• Organizacja min. 1 szkolenia prowadzonego przez LGD dla potencjalnych wnioskodawców przed każdym naborem wniosków.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wskaźniki dla każdorazowego badania po pojedynczym konkursie <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cykliczne podsumowanie wdrażania LSR</li> </ul> </li> <li>• Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców - dotarcie do min. 500 odbiorców</li> </ul>
Od III połowy 2016 do końca realizacji po strategii po każdym konkursie	Poinformowanie wnioskodawców o wynikach konkursu	Informowanie nt. wyników konkursu	Wnioskodawcy w danym konkursie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Newsletter LGD</li> <li>• informacja na stronie LGD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• informacja na stronie LGD</li> <li>• rozesłanie Newsletteru każdorazowo do min. 100 odbiorców</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poinformowanie wnioskodawców</li> </ul>
II połowa 2017 i w kolejnych latach do czasu zakończenia realizacji LSR	Podsumowanie zrealizowanych działań, promocja LSR	Podsumowanie kolejnych lat wdrażania LSR	Dotychczasowi wnioskodawcy Potencjalni wnioskodawcy Dotychczasowi odbiorcy operacji Potencjalni odbiorcy operacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej</li> <li>• Newsletter LGD</li> <li>• Informacja na stronie LGD</li> <li>• artykuły w lokalnej prasie</li> <li>• ankiety monitorujące skierowane do wnioskodawców</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wskaźniki dla każdorazowego badania po pojedynczym konkursie <ul style="list-style-type: none"> <li>• rozesłanie Newsletteru każdorazowo do min. 100 odbiorców</li> <li>• zamieszczenie 7 artykułów w lokalnej prasie</li> <li>• zamieszczenie 1 informacji na stronie internetowej LGD</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wskaźniki dla każdorazowego badania po pojedynczym konkursie <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cykliczne podsumowanie wdrażania LSR</li> </ul> </li> <li>• Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców - dotarcie do min. 500 odbiorców</li> </ul>

<p><b>Od II połowy 2017 do końca realizacji Strategii</b> <b>każdorazowo po zakończeniu konkursu</b></p>	<p>Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem przeprowadzenia ew. korekt w tym zakresie, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych.</p>	<p>Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków aplikacyjnych o wsparcie projektowanych działań.</p>	<p>Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ankiety skierowane drogą elektroniczną na adresy e-mail Wnioskodawców</li> </ul>	<p>Wskazniki dla badania jakości po <u>pojedynczym konkursie</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Liczba ankiet skierowanych drogą elektroniczną na adresy wnioskodawców: 4</li> </ul>	<p>liczba ankiet monitorujących (min. 4)</p>	<p>Wskaźniki dla badania jakości po <u>pojedynczym konkursie</u>: Dotarcie do min. 4 osób</p>
<p><b>2023 rok</b></p>	<p>Podsumowanie wdrażania strategii</p>	<p>Kampania informująca o zrealizowanych operacjach i podsumowująca cały okres wdrażania LSR</p>	<p>Wnioskodawcy Odbiorcy operacji</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Artykuły na stronie internetowej LGD.</li> <li>Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej</li> <li>Newsletter LGD</li> <li>informacje na stronach poszczególnych gmin i na stronie LGD</li> <li>artykułu w lokalnej prasie</li> <li>Spotkania podsumowujące</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>organizacja spotkań w poszczególnych gminach dla potencjalnych wnioskodawców (w całym okresie min. 20 spotkań)</li> <li>informacje na stronach internetowych poszczególnych gmin i na stronie LGD</li> <li>rozesłanie Newsletteru</li> <li>każdorazowo do min. 100 odbiorców</li> <li>zamieszczenie 7 artykułów w lokalnej prasie</li> <li>zamieszczenie 7 informacji na stronie internetowej LGD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>podsumowanie wdrażania LSR</li> <li>promocja zrealizowanych działań</li> <li>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców - dotarcie do min. 500 odbiorców</li> </ul>	

