

ZAŁĄCZNIK NR 5

Plan komunikacji. Zakładane wskaźniki w oparciu o planowany budżet działań komunikacyjnych (finansowanych w ramach poddziałania Koszty bieżące i aktywizacji) oraz planowane efekty działań komunikacyjnych

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki	Budżet	Planowane efekty
I poł. 2016	1. Aktywizacja i zachęcenie mieszkańców obszaru objętego LSR do ubiegania się o pomoc z FE, 2. Motywowanie projektodawców i edukowanie w obszarze właściwej realizacji projektów, 3. Informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów, 4. Budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców w zakresie działań rozwojowych obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o już zrealizowanych w ramach Strategii 2009-2015 projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji,	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020	- wszyscy potencjalni beneficjenci, jednostki samorządu terytorialnego (JST) ich związek, stowarzyszenia i porozumienia oraz jednostki organizacyjne JST posiadające osobowość prawną, podmioty gospodarcze planujące rozwój, osoby fizyczne planujące założenie działalności gospodarczej, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, w tym osoby defaworyzowane na rynku pracy określone w LSR	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, ośrodki kultury, sportu) - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - spotkania	- liczba artykułów w prasie lokalnej - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych - liczba ogłoszeń na stronach www - liczba wejść na stronę internetową - liczba spotkań	<i>Do uzupełnienia</i>	- liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR
I poł. 2016	1. Aktywizacja i zachęcenie mieszkańców obszaru objętego LSR do ubiegania się o pomoc z FE, 4. Budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców w zakresie działań rozwojowych obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD, w tym osoby defaworyzowane na rynku pracy określone w LSR	- artykuły w prasie lokalnej - edukacja dzieci i młodzieży - ulotki - plakaty	- liczba artykułów w prasie lokalnej - liczba zorganizowanych zabaw dla dzieci i młodzieży	<i>Do uzupełnienia</i>	- liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR - zwrot ankiet na poziomie 25%

	dofinansowania oraz o już zrealizowanych w ramach Strategii 2009-2015 projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji,			- artykuły na stronach internetowych i portalach społ.	- liczba wydanych ulotek - liczba wydanych plakatów - liczba wypełnionych ankiet na stronach internetowych gmin i LGD		mieszkańców LGD
I poł. 2016	2. Motywowanie projektodawców i edukowanie w obszarze właściwej realizacji projektów, 3. Informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów,	Spotkania nt. zasad oceniania i wyboru projektów przez LGD	- wszyscy potencjalni beneficjenci, jednostki samorządu terytorialnego (JST) ich związki, stowarzyszenia i porozumienia oraz jednostki organizacyjne JST posiadające osobowość prawną, podmioty gospodarcze planujące rozwój, osoby fizyczne planujące założenie działalności gospodarczej, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, w tym osoby defaworyzowane na rynku pracy określone w LSR	- prezentacje członków organu decyzyjnego w trakcie spotkań - ulotka informacyjna wręczana na spotkaniu	- liczba spotkań - liczba ulotek do rozdysponowania na jednym spotkaniu	<i>Do uzupełnienia</i>	- liczba osób na spotkaniu - liczba otrzymanych informacji zwrotnych
I poł. 2017	3. Informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów przez	Badanie satysfakcji beneficjentów LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez	- beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	- ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email beneficjentów	- ankiety rozesłane do min. 50% beneficjentów	<i>Do uzupełnienia</i>	- zwrot ankiet na poziomie min. 25%

	<p>profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów, 4. Budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców w zakresie działań rozwojowych obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o już zrealizowanych w ramach Strategii projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji, 5. Upowszechnianie efektów wykorzystania FE na obszarze LGD.</p>	<p>LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy</p>			<p>(zakończonych konkursów)</p>		
<p>I poł. 2018</p>	<p>1. Aktywizacja i zachęcenie mieszkańców obszaru objętego LSR do ubiegania się o pomoc z FE, 2. Motywowanie projektodawców i edukowanie w obszarze właściwej realizacji projektów, 3. Informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów, 4. Budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców w zakresie działań rozwojowych obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o już zrealizowanych w ramach Strategii projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji,</p>	<p>Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 oraz o dalszej możliwości aplikowania</p>	<p>- wszyscy potencjalni beneficjenci, jednostki samorządu terytorialnego (JST) ich związki, stowarzyszenia i porozumienia oraz jednostki organizacyjne JST posiadające osobowość prawną, podmioty gospodarcze planujące rozwój, osoby fizyczne planujące założenie działalności gospodarczej, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, w tym osoby defaworyzowane na rynku pracy określone w LSR</p>	<p>- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, ośrodki kultury, sportu) - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - spotkania</p>	<p>- liczba artykułów w prasie lokalnej - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - liczba wejść na stronę internetową - liczba spotkań - liczba wypełnionych ankiet na stronach internetowych gmin i LGD</p>	<p><i>Do uzupełnienia</i></p>	<p>liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR</p>

I poł. 2018	1. Aktywizacja i zachęcenie mieszkańców obszaru objętego LSR do ubiegania się o pomoc z FE, 4. Budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców w zakresie działań rozwojowych obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o już zrealizowanych w ramach Strategii projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji, 5. Upowszechnianie efektów wykorzystania FE na obszarze LGD.	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 oraz jej efektów	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD, w tym osoby defaworyzowane na rynku pracy określone w LSR	- artykuły w prasie lokalnej - edukacja dzieci i młodzieży - ulotki - plakaty - artykuły na stronach internetowych i portalach społ.	- liczba artykułów w prasie lokalnej - liczba zorganizowanych zabaw dla dzieci i młodzieży - liczba wydanych ulotek - liczba wydanych plakatów - liczba wejść na stronę internetową - liczba wypełnionych ankiet na stronach internetowych gmin i LGD	<i>Do uzupełnienia</i>	liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR oraz efektach zwrot ankiet na poziomie 25% mieszkańców LGD
II poł. 2018	2. Motywowanie projektodawców i edukowanie w obszarze właściwej realizacji projektów, 3. Informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów,	Spotkania nt. zasad oceniania i wyboru projektów przez LGD	- wszyscy potencjalni beneficjenci, jednostki samorządu terytorialnego (JST) ich związki, stowarzyszenia i porozumienia oraz jednostki organizacyjne JST posiadające osobowość prawną, podmioty gospodarcze planujące rozwój, osoby fizyczne planujące założenie działalności gospodarczej, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, w tym osoby	- prezentacje członków organu decyzyjnego w trakcie spotkań - ulotka informacyjna wręczana na spotkaniu	- liczba spotkań - liczba ulotek do rozdysponowania na jednym spotkaniu	<i>Do uzupełnienia</i>	- liczba osób na spotkaniu - liczba otrzymanych informacji zwrotnych

			defaworyzowane na rynku pracy określone w LSR				
I poł 2019	3. Informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów, 4. Budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców w zakresie działań rozwojowych obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o już zrealizowanych w ramach Strategii projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji, 5. Upowszechnianie efektów wykorzystania FE na obszarze LGD.	Badanie satysfakcji beneficjentów LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy. Ocena wdrożenia wniosków z wcześniej pozyskanej informacji zwrotnej	- wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	- ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców	- ankiety rozesłane do min. 50% wnioskodawców (zakończonych konkursów)	<i>Do uzupełnienia</i>	- zwrot ankiet na poziomie min. 25%
II poł 2019	3. Informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów, 4. Budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców w zakresie działań rozwojowych obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o już zrealizowanych w ramach Strategii projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji, 5. Upowszechnianie efektów wykorzystania FE na obszarze LGD.	Badanie satysfakcji beneficjentów LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania i realizacji wniosków o przyznanie pomocy	- wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	- ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców	- ankiety rozesłane do min. 50% wnioskodawców (zakończonych konkursów)	<i>Do uzupełnienia</i>	- zwrot ankiet na poziomie min. 25%
I poł 2020	1. Aktywizacja i zachęcenie mieszkańców obszaru objętego LSR do ubiegania się o pomoc z FE,	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 oraz o dalszej	- wszyscy potencjalni beneficjenci, jednostki samorządu terytorialnego (JST)	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji	- liczba artykułów w prasie lokalnej - liczba ogłoszeń na tablicach w	<i>Do uzupełnienia</i>	liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR

	<p>2. Motywowanie projektodawców i edukowanie w obszarze właściwej realizacji projektów,</p> <p>3. Informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów,</p> <p>4. Budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców w zakresie działań rozwojowych obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o już zrealizowanych w ramach Strategii projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji,</p>	możliwości aplikowania	<p>ich związki, stowarzyszenia i porozumienia oraz jednostki organizacyjne JST posiadające osobowość prawną, podmioty gospodarcze planujące rozwój, osoby fizyczne planujące założenie działalności gospodarczej, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, w tym osoby defaworyzowane na rynku pracy określone w LSR</p>	<p>publicznych (urzędy, ośrodki kultury, sportu)</p> <ul style="list-style-type: none"> - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - spotkania 	<p>instytucjach publicznych</p> <ul style="list-style-type: none"> - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - liczba wejść na stronę internetową - liczba spotkań - liczba wypełnionych ankiet na stronach internetowych gmin i LGD 		
II poł 2020	<p>1. Aktywizacja i zachęcenie mieszkańców obszaru objętego LSR do ubiegania się o pomoc z FE,</p> <p>4. Budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców w zakresie działań rozwojowych obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o już zrealizowanych w ramach Strategii projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji,</p> <p>5. Upowszechnianie efektów wykorzystania FE na obszarze LGD.</p>	<p>Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 oraz jej efektów</p>	<p>- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD, w tym osoby defaworyzowane na rynku pracy określone w LSR</p>	<ul style="list-style-type: none"> - artykuły w prasie lokalnej - edukacja dzieci i młodzieży - ulotki - plakaty - artykuły na stronach internetowych i portalach społ. 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba artykułów w prasie lokalnej - liczba zorganizowanych zabaw dla dzieci i młodzieży - liczba wydanych ulotek - liczba wydanych plakatów - liczba wejść na stronę internetową - liczba wypełnionych ankiet na stronach internetowych gmin i LGD 	<p><i>Do uzupełnienia</i></p>	<p>liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR oraz efektach zwrot ankiet na poziomie 25% mieszkańców LGD</p>

II poł 2020	2. Motywowanie projektodawców i edukowanie w obszarze właściwej realizacji projektów, 3. Informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów,	Spotkania nt. zasad oceniania i wyboru projektów przez LGD	- wszyscy potencjalni beneficjenci, jednostki samorządu terytorialnego (JST) ich związki, stowarzyszenia i porozumienia oraz jednostki organizacyjne JST posiadające osobowość prawną, podmioty gospodarcze planujące rozwój, osoby fizyczne planujące założenie działalności gospodarczej, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, w tym osoby defaworyzowane na rynku pracy określone w LSR	- prezentacje członków organu decyzyjnego w trakcie spotkań - ulotka informacyjna wręczana na spotkaniu	- liczba spotkań - liczba ulotek do rozdysponowania na jednym spotkaniu	<i>Do uzupełnienia</i>	- liczba osób na spotkaniu - liczba otrzymanych informacji zwrotnych
I poł 2021	3. Informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów, 4. Budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców w zakresie działań rozwojowych obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o już zrealizowanych w ramach Strategii projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji,	Badanie satysfakcji beneficjentów LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy. Ocena wdrożenia wniosków z wcześniej pozyskanej	- wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	- ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców	- ankiety rozesłane do min. 50% wnioskodawców (zakończonych konkursów)	<i>Do uzupełnienia</i>	- zwrot ankiet na poziomie min. 25%

	5. Upowszechnianie efektów wykorzystania FE na obszarze LGD.	informacji zwrotnej					
II poł 2021	3. Informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów, 4. Budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców w zakresie działań rozwojowych obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o już zrealizowanych w ramach Strategii projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji, 5. Upowszechnianie efektów wykorzystania FE na obszarze LGD.	Badanie satysfakcji beneficjentów LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania i realizacji wniosków o przyznanie pomocy	- wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	- ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców	- ankiety rozesłane do min. 50% wnioskodawców (zakończonych konkursów)	<i>Do uzupełnienia</i>	- zwrot ankiet na poziomie min. 25%
I poł 2022	4. Budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców w zakresie działań rozwojowych obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o już zrealizowanych w ramach Strategii projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji, 5. Upowszechnianie efektów wykorzystania FE na obszarze LGD.	Kampania informacyjna nt. głównych efektów LSR na lata 2014-2020	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD, w tym osoby defaworyzowane na rynku pracy określone w LSR	- artykuły w prasie lokalnej - edukacja dzieci i młodzieży - ulotki - plakaty - artykuły na stronach internetowych i portalach społ.	- liczba artykułów w prasie lokalnej - liczba zorganizowanych zabaw dla dzieci i młodzieży - liczba wydanych ulotek - liczba wydanych plakatów - liczba wypełnionych ankiet na stronach internetowych gmin i LGD - liczba wejść na stronę internetową	<i>Do uzupełnienia</i>	liczba osób poinformowanych o efektach LSR zwrot ankiet na poziomie 25% mieszkańców LGD

Nie wiem gdzie dać TURYSTÓW jako adresatów działania komunikacyjnego