

Załącznik nr 2 do LSR - PLAN KOMUNIKACJI

Termin	Cel*	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki/narzędzia	Wskaźniki	Planowane efekty
W sposób ciągły 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022	A, B,C	Kampania Informacyjno - promocyjna nt. działalności LGD „Natura i Kultura” i głównych założeń LSR 2014-2020 oraz o stanie realizacji LSR	<ul style="list-style-type: none"> - odbiorcy rezultatów czyli mieszkańcy, - beneficjenci (faktyczni i potencjalni) m.in. organizacje pozarządowe, jednostki samorządu terytorialnego, przedsiębiorstwa, związki wyznaniowe - faktyczni i potencjalni uczestnicy projektów m.in. dzieci i młodzież, rodziny dysfunkcyjne, - osoby zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym, - osoby bezrobotne i zagrożone bezrobociem, - osoby powyżej 50. roku życia, osoby o niskich kwalifikacjach, osoby zależne, w tym starsze i niepełnosprawne, - lokalni przedsiębiorcy 	<ul style="list-style-type: none"> - konferencja inauguracyjna LSR 2014-2020 - utworzenie stoiska informacyjnego podczas imprez na terenie LGD - komunikaty na stronach internetowych i portalach społecznościowych - kampania informacyjna w mediach lokalnych, - spotkania informacyjno - konsultacyjne dla mieszkańców LGD - drukowane lub elektroniczne materiały informacyjnopromocyjne, - biuletyn LGD „Natura i Kultura” pn. „Kulturalni z natury” - wydarzenia promocyjne 	<ul style="list-style-type: none"> - ilość konferencji/spotkań - liczba uczestników konferencji -funkcjonowanie stoiska informacyjnego podczas imprez na obszarze LGD w każdym roku realizacji LSR - ilość stron internetowych - liczba komunikatów - liczba wejść na strony rocznie - ilość portali społecznościowych - liczba osób rocznie śledzących portal - liczba ogłoszeń w Lokalnych gazetach, - liczba spotów - liczba spotkań w roku - liczba osób Uczestniczących - Liczba wydanych materiałów papierowych - Liczba wydanych materiałów w formie elektronicznej - ilość wydań biuletynu - ilość wydarzeń promocyjnych - liczba osób uczestnicząca w wydarzeniach promocyjnych 	<ul style="list-style-type: none"> - Wzrost liczby mieszkańców znających założenia funkcjonowania LGD i wdrażania LSR - Wzrost partycypacji lokalnej społeczności w realizacji LSR. -Wzrost poziomu zainteresowania mieszkańców działalnością LGD. - Wzrost zainteresowania działalnością LGD i wdrażaniem LSR przez osoby defaworyzowane
I połowa 2017r.	E,F	Badanie satysfakcji z doboru sposobu prezentowania informacji oraz zainteresowania uczestnictwem w działaniach LGD	<ul style="list-style-type: none"> - odbiorcy rezultatów czyli mieszkańcy, - beneficjenci (faktyczni i potencjalni) m.in. organizacje pozarządowe, jednostki samorządu terytorialnego, przedsiębiorstwa, związki wyznaniowe 	<ul style="list-style-type: none"> - e-ankieta, - ankieta tradycyjna w formie papierowej 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba ankiet - liczba osób wyrażających swoją opinię - liczba raportów 	Uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji wnioskodawców z trafności sposobu i jakości prezentowania prowadzonych działań komunikacyjnych i

			<ul style="list-style-type: none"> - faktyczni i potencjalni uczestnicy projektów m.in. dzieci i młodzież, rodziny dysfunkcyjne, - osoby zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym, - osoby bezrobotne i zagrożone bezrobociem, osoby powyżej 50. roku życia, osoby o niskich kwalifikacjach, osoby zależne, w tym starsze i niepełnosprawne, przedszkola i szkoły - lokalni przedsiębiorcy 			środków przekazu
W sposób ciągły z uwzględnieniem harmonogramu naborów wniosków w latach: 2016 2017 2018 2019 2020	D,G	Szkolenia oraz warsztaty na temat zasad aplikowania zgodnie z regulaminem konkursów w ramach LSR	<ul style="list-style-type: none"> - wszyscy potencjalni wnioskodawcy m.in. organizacje pozarządowe, jednostki samorządu terytorialnego, przedsiębiorstwa, związki wyznaniowe, gr. defaworyzowane m.in: osoby młode i starsze, bezrobotni, osoby zagrożone ubóstwem i wykluczeniem społecznym 	<ul style="list-style-type: none"> - komunikaty na stronach internetowych i portalach społecznościowych 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba ogłoszeń/informacji na stronach www i portalach społecznościowych, - liczba wejść na strony internetowe, 	<ul style="list-style-type: none"> - Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i składania wniosków na operacje w ramach budżetu LSR - Podniesienie wiedzy potencjalnych wnioskodawców nt. ogłoszonych konkursów Przygotowanie wniosków aplikacyjnych w odpowiedzi na
				<ul style="list-style-type: none"> - spotkania informacyjno-promocyjne 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba przeprowadzonych spotkań/prezentacji 	
				<ul style="list-style-type: none"> - drukowane lub elektroniczne materiały informacyjno-promocyjne 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba elektronicznych bądź drukowanych materiałów informacyjnopromocyjnych, 	
				<ul style="list-style-type: none"> -informacja i doradztwo w biurze LGD, 	<ul style="list-style-type: none"> - ilość udzielonego Doradztwa 	
				<ul style="list-style-type: none"> - Zamieszczanie informacji na tablicach informacyjnych w sołectwach LGD oraz w siedzibach instytucji użyteczności publicznej 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba wywieszonych Ogłoszeń 	
				<ul style="list-style-type: none"> - Newsletter 	<ul style="list-style-type: none"> -ilość emisji newslettera 	
Na koniec: 2017 2018 2019 2020 2021	C, E, F,G	Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie ogłoszenia konkursów, przygotowania wniosków aplikacyjnych	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji	<ul style="list-style-type: none"> - Ankieta skierowana drogą elektroniczną na adresy e-mail wnioskodawców 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba ankiet - liczba osób wyrażających swoją opinię - liczba raportów Ewaluacyjnych 	Uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji wnioskodawców otrzymywanego wsparcia w przygotowywaniu wniosków

<p>II połowa 2018</p> <p>II połowa 2019</p> <p>II połowa 2020</p> <p>II połowa 2021</p>	<p>A, B, C,, E, F, G</p>	<p>Promocja operacji realizowanych w ramach LSR</p>	<ul style="list-style-type: none"> - odbiorcy rezultatów czyli mieszkańcy, - beneficjenci (faktyczni i potencjalni) m.in. organizacje pozarządowe, jednostki samorządu terytorialnego, przedsiębiorstwa, związki wyznaniowe - faktyczni i potencjalni uczestnicy projektów m.in. dzieci i młodzież, rodziny dysfunkcyjne, - osoby zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym, osoby bezrobotne i zagrożone bezrobociem, osoby powyżej 50. roku życia, osoby o niskich kwalifikacjach, osoby zależne, w tym starsze i niepełnosprawne, lokalni przedsiębiorcy 	<ul style="list-style-type: none"> - Folder i broszury promocyjne - Imprezy promocyjne - Wizyty studyjne do wnioskodawców, którzy zrealizowali operacje w ramach LSR 	<ul style="list-style-type: none"> -liczba folderów i broszur promocyjnych - liczba imprez promocyjnych - liczba osób uczestniczących w imprezach promocyjnych - liczba wizyt studyjnych - liczba osób biorących udział w wizytach studyjnych 	<ul style="list-style-type: none"> - Wzrost wiedzy społeczności lokalnej na temat realizowanych „wokół” nich projektów - Podwyższenie świadomości nt. działalności LGD - Pobudzenie społeczności lokalnej do włączenia się w realizację LSR - Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD -Wzrost zainteresowania działalnością LGD i wdrażaniem LSR przez osoby defaworyzowane
<p>W sposób ciągły w latach: 2017 2018 2019 2020 2021 2022</p>	<p>C, E, F, G</p>	<p>Monitoring prowadzonych działań oraz stanu , realizacji LSR</p>	<ul style="list-style-type: none"> - odbiorcy rezultatów czyli mieszkańcy, - beneficjenci (faktyczni i potencjalni) m.in. organizacje pozarządowe, jednostki samorządu terytorialnego, przedsiębiorstwa, związki wyznaniowe - faktyczni i potencjalni uczestnicy projektów m.in. dzieci i młodzież, rodziny dysfunkcyjne, osoby zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym, osoby bezrobotne i zagrożone bezrobociem, osoby powyżej 50. roku życia, osoby o niskich kwalifikacjach, osoby zależne, w tym starsze i niepełnosprawne, - lokalni przedsiębiorcy 	<ul style="list-style-type: none"> - e-ankieta, - ankieta tradycyjna w formie papierowej - komunikaty na Stronach internetowych i portalach społecznościowych 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba ankiet - liczba osób wyrażających swoją opinię - liczba raportów ewaluacyjnych - liczba komunikatów na stronach internetowych i portalach społecznościowych 	<ul style="list-style-type: none"> - Uzyskanie informacji zwrotnej nt. stanu realizacji LSR oraz działalności LGD - Zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD - Wzrost udziału mieszkańców w procesie monitoringu LSR i LGD -Podniesienie wiedzy mieszkańców obszaru LGD nt. stopnia realizacji LSR - Wzrost zainteresowania działalnością LGD i wdrażaniem LSR przez osoby defaworyzowane

						-Uwzględnienie opinii osób defaworyzowanych w działalności LGD i wdrażaniu LSR
I połowa 2023	C, E, F	Badanie nt. efektywności przeprowadzonych działań	<ul style="list-style-type: none"> - odbiorcy rezultatów czyli mieszkańcy, - beneficjenci (faktyczni i potencjalni) m.in. organizacje pozarządowe, jednostki samorządu terytorialnego, przedsiębiorstwa, związki wyznaniowe - faktyczni i potencjalni uczestnicy projektów m.in. dzieci i młodzież, rodziny dysfunkcyjne, osoby zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym, osoby bezrobotne i zagrożone bezrobociem, osoby powyżej 50. roku życia, osoby o niskich kwalifikacjach, osoby zależne, w tym starsze i niepełnosprawne, - lokalni przedsiębiorcy 	<ul style="list-style-type: none"> - e-ankieta, - ankieta tradycyjna w formie papierowej - komunikaty na stronach internetowych i portalach społecznościowych 	<ul style="list-style-type: none"> -liczba raportów ewaluacyjnych, - liczba osób, do których dotrą wyniki w/w badań - liczba ankiet - liczba osób wyrażających swą opinię we wszystkich ankietach 	<ul style="list-style-type: none"> - Wzrost udziału mieszkańców w procesie monitoringu i ewaluacji LSR i LGD -Wzrost zainteresowania działalnością LGD i wdrażaniem LSR przez osoby defaworyzowane Uwzględnienie opinii osób defaworyzowanych w działalności LGD i wdrażaniu LSR
II połowa 2023	A, B, C, F, G	Kampania informacyjna poświęcona efektom realizacji LSR	<ul style="list-style-type: none"> - wnioskodawcy - mieszkańcy - uczestnicy projektów 	<ul style="list-style-type: none"> - Strona internetowa LGD "Natura i Kultura" oraz gmin wchodzących w skład LGD, - portale społecznościowe, - mailingi, - promocja w mediach lokalnych, - biuletyn LGD „Kulturalni z natury” - konferencja podsumowująca LSR 	<ul style="list-style-type: none"> - liczba ogłoszeń/informacji na stronach www i portalach społecznościowych, - liczba wejść na strony internetowe, - liczba wysłanych maili, - liczba kampanii reklamowych w mediach lokalnych, - liczba wydań biuletynu - liczba przeprowadzonych konferencji - liczba uczestników konferencji 	-Podniesienie wiedzy mieszkańców obszaru LGD nt. stopnia realizacji LSR

***Cele realizacji Planu Komunikacji:**

- A. Stworzenie spójnego, przejrzystego, jednolitego i pozytywnego wizerunku LSR.
- B. Wzrost świadomości mieszkańców LGD „Natura i Kultura” nt. założeń LSR.
- C. Informowanie i uzyskiwanie informacji zwrotnej o stanie realizacji LSR w tym o stopniu osiągnięcia celów, wskaźników oraz wykorzystania środków w poszczególnych programach.
- D. Informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach, typach operacji i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR.
- E. Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny jakości pomocy i działań świadczonych przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie.
- F. Szerokie włączenie mieszkańców reprezentujących różne sektory i grupy interesów w proces wdrażania oraz monitoringu i ewaluacji LSR
- G. Szczególne uwzględnienie grupy defaworyzowanej w zakresie informowania i uzyskiwania informacji zwrotnej nt. wdrażania LSR i realizowanych projektów