



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.

ZAŁĄCZNIK: PLAN KOMUNIKACJI – aktualizacja styczeń 2018

Termin realizacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Zakładany wskaźnik	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki/narzędzia komunikacji/przekazu	Planowane efekty	Uzasadnienie adekwatności działań komunikacyjnych i środków przekazu do celów i wskaźników realizacji tych działań	Uzasadnienie adekwatności planowanych efektów działań komunikacyjnych do budżetu tych działań
2016/do końca realizacji LSR	1. Kampania informacyjno-promocyjna z zakresu rozwijania aktywności społecznej i promocja LSR	3 kampanie ,w ramach których zaplanowano: 1. 100 e-maili rocznie do potencjalnych beneficjentów i mieszkańców obszaru. 2. 3 artykuły/ogłoszenia rocznie na stronach 14 gmin i 2 powiatów, LGD, portale społecznościowe. 3. Co najmniej 6 rocznie (3 powiat jaworski, 3 złotoryjski) artykułów/ogłoszeń w lokalnych mediach. 4. Spotkania informacyjno – konsultacyjne (około 20 osób na każde spotkanie). W 2016 i 2017 r. – łącznie 33 spotkania.	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD.	- rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną - komunikacja za pośrednictwem strony internetowej LGD i partnerów - komunikacja za pomocą ogłoszenia w lokalnej prasie - komunikacja bezpośrednia potencjalnymi beneficjentami - komunikacja z mieszkańcami, potencjalnymi beneficjentami za pomocą strony internetowej	-dotarcie do co najmniej 1000 osób z informacjami o LSR, - wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD, - podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o głównych założeniach (wyniki ankiet po spotkaniach), - liczba osób odwiedzających stronę internetową LGD,	- przekazywanie informacji drogą elektroniczną -artykuły/ogłoszenia skierowane do osób, które korzystają z internetu w urządzeniach mobilnych i stacjonarnych - artykuły/ogłoszenia skierowane do osób, które rzadko bądź w ogóle nie korzystają z internetu. - spotkania z osobami planującymi założyć lub rozwijać działalność gospodarczą, NGO, mieszkańcami.	Część planowanych działań zrealizujemy dzięki współpracy z gminami partnerskimi oraz członkami LGD w związku z tym działania te nie będą generować kosztów. Natomiast zaplanowane wydatki związane z opłaceniem ogłoszeń w prasie lokalnej oraz wykonaniem materiałów promocyjnych w odniesieniu do efektów tych działań, czyli dużej liczby odbiorców informacji są racjonalne i przyniosą wymierne korzyści w postaci ilości złożonych wniosków.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.

	<p>W następnych latach po 2 spotkania rocznie .</p> <p>5. Zamieszczenie informacji w 40 instytucjach publicznych – przez cały okres realizacji LSR</p> <p>6. Konferencja na temat założeń LSR na lata 2016-2023 dla ok. 50 osób.</p> <p>7. Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa.</p> <p>8. Wykonanie materiałów promocyjnych.</p> <p>9. Publikacja na temat dobrych praktyk</p> <p>10. Prowadzenie strony internetowej LGD.</p>		<p>- komunikacja bezpośrednia – doradztwo w biurze LGD</p> <p>-promocja LSR za pomocą dystrybucji materiałów promocyjnych</p> <p>- wysłanie informacji za pomocą poczty elektronicznej z prośbą o zamieszczenie na tablicach informacyjnych.</p>	<p>- zwiększenie liczby składanych wniosków do roku 2018.</p>	<p>- przekazywanie informacji za pomocą strony internetowej</p> <p>- przekazywanie informacji w ramach ogólnego doradztwa</p> <p>- przekazywanie informacji za pomocą materiałów promocyjnych skierowane dla mieszkańców obszaru korzystających z doradztwa, odwiedzających biuro LGD oraz osób biorących udział w wydarzeniach organizowanych przez LGD</p> <p>- przekazywanie informacji poprzez gminy partnerskie, GOK, GOPS</p> <p>- przekazywanie informacji za pomocą materiałów promocyjnych skierowane dla</p>	
--	--	--	--	---	--	--



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.

						mieszkańców obszaru korzystających z doradztwa, odwiedzających biuro LGD oraz osób biorących udział w wydarzeniach organizowanych przez LGD.	
2016/d o końca realizac ji LSR	2. Szkolenia z zakresu rozwijania aktywności społecznej i promocja dobrych praktyk	Szkolenia aktywizujące dla liderów wiejskich – 6 szkoleń w całym okresie (około 20 osób każde szkolenie).	Mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane, liderzy wiejscy, członkowie organizacji pozarządowych, samorządy lokalne.	Szkolenia	Zostanie zaktzywizowanych około 120 osób.	Szkolenie aktywizacyjne dla grup defaworyzowanych liderów wiejskich członków organizacji pozarządowych, samorządów lokalnych.	Zaplanowane wydatki związane z organizacją szkoleń w odniesieniu do efektów tych działań, czyli dużej liczby odbiorców informacji są racjonalne i przyniosą wymierne korzyści w postaci ilości złożonych wniosków i realizacji założeń LSR.
2016/d o końca realizac ji LSR	3. Wyjazdy studyjne w zakresie promowania dobrych praktyk	2 Wyjazdy studyjne z zakresu promowania dobrych praktyk – 2x40 osób.	Mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane, liderzy wiejscy, członkowie organizacji pozarządowych,	Wyjazd studyjny.	Około 80 osób weźmie udział w wyjeździe studyjnym..	Wyjazd studyjny dla grup defaworyzowanych liderów wiejskich członków organizacji pozarządowych, samorządów lokalnych.	Zaplanowane wydatki wyjazdu studyjnego w odniesieniu do efektów tych działań, czyli dużej liczby odbiorców informacji są racjonalne i przyniosą wymierne korzyści w postaci ilości złożonych



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.

			samorządy lokalne..				wniosków i realizacji założeń LSR.
2016/d o końca realizac ji LSR	4. Wydarzenia kulturalno edukacyjne	6 wydarzeń kulturalno – edukacyjnych.	Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, dzieci i młodzież szkolna, pasjonaci regionu, turyści, samorządy lokalne.	- Rozsyłanie informacji drogą mailową, - Informacja na stronie LGD, oraz na stronach internetowych 14 gmin, - ogłoszenia na portalach społecznościowych (Facebook).	Okolo 300 osób weźmie udział w wydarzeniach kulturalno - edukacyjnych.	Wydarzenia kulturalno – edukacyjne aktywizujące mieszkańców obszaru LGD.	Zaplanowane wydatki związane z organizacją wydarzeń kulturalnych w odniesieniu do efektów tych działań, czyli dużej liczby odbiorców informacji są racjonalne i przyczynią się do promocji obszaru LSR i aktywizacji mieszkańców.
2016/d o końca realizac ji LSR	5. Spotkania informacyjno-konsultacyjne LGD z mieszkańcami	Organizacja 42 spotkań informacyjno – konsultacyjnych w całym okresie.	Mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane, członkowie organizacji pozarządowych, liderzy wiejscy, potencjalni beneficjenci projektów grantowych.	Przekazywanie informacji poprzez organizację spotkań informacyjno – konsultacyjnych.	Okolo 840 osób zostanie objętych wsparciem informacyjno – konsultacyjnym.	Spotkania organizowane dla organizacji pozarządowych i liderów wiejskich – potencjalnych beneficjentów projektów grantowych.	Zaplanowane wydatki związane z organizacją spotkań informacyjno – konsultacyjnych w odniesieniu do efektów tych działań, czyli dużej liczby odbiorców informacji są racjonalne i przyniosą wymierne korzyści w postaci ilości złożonych wniosków i realizacji założeń LSR.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.

2016/d o końca realizac ji LSR	6. Wsparcie szkoleniowo doradcze	Organizacja 5 szkoleń w całym okresie (około 20 osób każde szkolenie).	Beneficjenci, mieszkańcy, w tym grupy defaworyzowane, przedsiębiorcy.	Komunikacja za pomocą organizowanych szkoleń.	Okolo 100 osób zostanie objętych wsparciem szkoleniowo-doradczym.	Szkolenia organizowane dla: - osób fizycznych i przedsiębiorców dla osób aplikujących o środki.	Zaplanowane wydatki związane z organizacją szkoleń w odniesieniu do efektów tych działań są racjonalne i przyniosą wymierne korzyści w postaci ilości złożonych wniosków, realizacji oraz prawidłowo realizowanych operacji.
2016/d o końca realizac ji LSR	7. Udział w targach i imprezach zewnętrznych	Udział w 5 targach w całym okresie.	Turyści, mieszkańcy innych obszarów.	Komunikacja bezpośrednia z potencjonalnymi turystami mogącymi odwiedzić nasz region. Komunikacja za pomocą rozdawanych ulotek i folderów.	Promocja obszaru na zewnątrz.	Promocja działań i obszaru LGD na zewnątrz poprzez udział przedstawicieli LGD w Targach.	Zaplanowane wydatki związane z wyjazdem na Targi w odniesieniu do efektów tych działań pozwolą na wypromowanie obszaru LGD.