

Załącznik nr 5: PLAN KOMUNIKACJI na lata 2014-2020

| Termin | Cel komunikacji | Nazwa działania komunikacyjnego | Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe) | Środki przekazu | Wskaźniki działania komunikacyjnego |
|---|---|---|---|--|--|
| Działania komunikacyjne skierowane wyłącznie do osób z grup defaworyzowanych | | | | | |
| | | | | | W każdym roku: |
| II połowa 2016 I połowa 2017 II połowa 2019 | Aktywizacja przedstawicieli grup defaworyzowanych poprzez wsparcie w procesie pozyskiwania środków oraz udział w projektach grantowych | - Kampania informacyjna - Szkolenie tematyczne (informacyjno-aktywizacyjne) nt. możliwości pozyskania dofinansowania | - osoby z grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy: osoby niepracujące, osoby nieaktywne zawodowo oraz osoby zarejestrowane w PUP, osoby niepełnosprawne, osoby z niskimi kwalifikacjami, kobiety, osoby młode do 35 r.ż., osoby powyżej 50 r.ż., rolnicy poszukujący dodatkowych źródeł dochodów | Artykuły w prasie lokalnej | - Liczba artykułów w prasie lok. - 3 |
| | | | | Plakaty informacyjne w siedzibach instytucji publicznych, w PUP, w PCPR, GOPS i MOPS, Gminnych Ośrodkach Kultury (GOK), itp. | - Liczba plakatów - 300 - Liczba instytucji publicznych, w których wywieszono plakaty informacyjne – 10 |
| | | | | Ogłoszenia na stronie Internetowej LGD i stronach gminnych, posty na profilu społecznościowym LGD | - prowadzenie strony internetowej www.elgd.pl , |
| | | | | Broszura informacyjna nt. LSR dystrybuowana przez PUP, PCPR, GOPS i MOPS, Gminne Ośrodki Kultury (GOK), itp. | - Liczba broszur informacyjnych - 1600 - Liczba osób z grup defaworyzowanych poinformowanych o zasadach i stanie realizacji LSR - 1600 |
| | | | | Zaproszenia na konsultacje dla przedstawicieli grup defaworyzowanych | - Liczba spotkań – 12 (*) - Liczba zaproszeń na konsultacje - 260 - Liczba osób z grup defaworyzowanych uczestniczących w spotkaniach – 200 (*) –w II półroczu 2016 roku planuje się 6 spotkań/ 130 zaproszeń/ ok.100 uczestników) |

Działania komunikacyjne skierowane do poszczególnych grup docelowych, w tym grup defaworyzowanych

| Działania komunikacyjne skierowane do poszczególnych grup docelowych, w tym grup defaworyzowanych | | | | | |
|---|--|---|---|---|--|
| | | | | | W roku 2016: |
| rok 2016 | Informowanie potencjalnych wnioskodawców o Lokalnej Strategii Rozwoju, jej głównych celach, typach operacji, które będą miały największe szanse na otrzymanie wsparcia z budżetu LSR, a także o zasadach przyznawania dofinansowania | - Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 (bieżące publikowanie informacji) | <ul style="list-style-type: none"> - ogół mieszkańców obszaru LGD, - przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć własną działalność gospodarczą, - osoby z grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy, - organizacje pozarządowe (NGO), - JST, - liderzy społeczni | Artykuły w prasie lokalnej | - Liczba artykułów w prasie lokalnej - 3 |
| | | | | Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych i ich jednostkach, tablicach informacyjnych | - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych - 70 |
| | | | | Ogłoszenia na stronie internetowej LGD, portalu FB i stronach gminnych | - prowadzenie strony internetowej www.elgd.pl |
| | | | | Ulotki i broszury informacyjne | <ul style="list-style-type: none"> - Liczba przygotowanych broszur informacyjnych - 1000 - Liczba przygotowanych ulotek – 2000 - Liczba osób poinformowanych o zasadach i stanie realizacji LSR – min. 2000 |
| | | | | Udział lub organizacja imprez promocyjnych/eventów o charakterze wystawienniczym (między innymi: pikniki, dożynki, imprezy plenerowe) | <ul style="list-style-type: none"> - Liczba organizacji lub udziału w eventach/imprezach promocyjnych min. – 1 - Liczba osób uczestniczących w eventach/imprezach –ok. 300 osób / event |
| | | | | Spoty informacyjne w lokalnej telewizji kablowej | - Liczba wyemitowanych spotów informacyjnych w kablowej TV – 4 emisje |
| | | | | | Od 2017 roku: |
| Cały okres wdrażania LSR | Informowanie o funkcjonowaniu LGD i zwiększenie zaangażowania społeczności lokalnej w jej działalność | Kampania informacyjna nt. funkcjonowania LGD (bieżące publikowanie informacji) | <ul style="list-style-type: none"> - ogół mieszkańców obszaru LGD, - przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć własną działalność gospodarczą, - osoby z grup | Artykuły w prasie lokalnej | - Liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 |
| | | | | Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych i ich jednostkach, tablicach informacyjnych | - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych - 120 |
| | | | | Tablice informacyjne | - Liczba tablic informacyjnych – 8 przez cały okres wdrażania LSR |

| | | | | | |
|--------------------------|--|--|---|---|---|
| | | | defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy, - organizacje pozarządowe (NGO), - JST, - liderzy społeczni | Ogłoszenia na stronie internetowej LGD i stronach gminnych Ulotki informacyjne Spoty informacyjne emitowane w lokalnej telewizji kablowej | Prowadzenie strony internetowej www.elgd.pl - Liczba wydrukowanych ulotek - 300 - Liczba wyemitowanych spotów informacyjnych w kablowej TV – 6 emisji |
| | | | | | Od 2017 roku: |
| Cały okres wdrażania LSR | Informowanie i uzyskiwanie informacji zwrotnej o stanie realizacji LSR, w tym nt. stopnia osiągnięcia celów i wskaźników oraz oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy – badanie pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (ze szczególnym uwzględnieniem opinii osób z grup defaworyzowanych). | - Kampania informacyjna nt. stanu realizacji LSR; | - ogół mieszkańców obszaru LGD, - przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć własną działalność gospodarczą, - osoby z grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy, - organizacje pozarządowe (NGO), - JST, - liderzy społeczni | Artykuły w prasie lokalnej | - Liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 |
| | | | | Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych, tablicach informacyjnych | - Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych - 60 |
| | | | | Ogłoszenia na stronie internetowej LGD i stronach gminnych | Prowadzenie strony internetowej www.elgd.pl |
| | | | | Ulotki i broszury informacyjne | - Liczba wydrukowanych broszur informacyjnych - 600 |
| | | Konferencje informacyjne | | - Liczba konferencji informacyjnych – 1 - Liczba osób uczestniczących w konferencjach informacyjnych – ok. 50 osób | |
| | | Spoty informacyjne emitowane w lokalnej telewizji kablowej | | - Liczba wyemitowanych spotów informacyjnych w kablowej TV - 2 emisje | |
| | | Ankiety online i w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy e-mail wnioskodawców | | - Liczba wypełnionych ankiet online i w wersji elektronicznej - 20 | |
| | | Ankiety w wersji papierowej dostępne w biurze LGD dla osób, które nie korzystają/nie posiadają poczty elektronicznej | | - Liczba wypełnionych ankiet w wersji papierowej - 50 | |
| | | - Badanie satysfakcji | | | |

| | | | | | |
|---------------------------------------|---|---|---|--|--|
| | | | | | W każdym roku: |
| II połowa 2016, I połowa 2017 | Zwiększenie aktywności liderów społecznych, NGO oraz przedsiębiorców w działaniach na rzecz rozwoju lokalnego | - Warsztaty tematyczne - Wydarzenia promocyjne | - przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć własną działalność gospodarczą, - organizacje pozarządowe (NGO), - JST, - liderzy społeczni | Warsztaty współpracy trójsektorowej | - Liczba zorganizowanych warsztatów współpracy trójsektorowej – 1 - Liczba uczestników warsztatów – min. 18 osób |
| | | | | Wyjazdy studyjne | - Liczba zorganizowanych wyjazdów studyjnych – 1 - Liczba uczestników wyjazdów studyjnych -min. 15 osób |
| | | | | | W każdym roku: |
| II połowa 2018, II połowa 2019 | Promocja operacji realizowanych w ramach LSR | - Kampania informacyjna nt. realizowanych operacji | - ogół mieszkańców obszaru LGD, - przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć własną działalność gospodarczą, - osoby z grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy, - organizacje pozarządowe (NGO), - JST, - liderzy społeczni | Artykuły w prasie lokalnej | - Liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 |
| | | | | Ulotki promocyjne | - Liczba ulotek promocyjnych - 300 |
| | | | | Informacje na stronie www LGD oraz stronach internetowych gmin | - prowadzenie strony internetowej www.elgd.pl |
| Cały okres wdrażania LSR | j.w. | j.w. | j.w. | Udział lub organizacja imprez/eventów o charakterze wystawienniczym (między innymi: pikniki, dożynki, imprezy plenerowe) | - Liczba organizacji lub udziału w eventach/imprezach min. – 2 - Liczba osób uczestniczących w eventach/imprezach – ok. 250 / event |

| | | | | | |
|--|---|---|--|---|---|
| | | | | | W każdym roku: |
| II połowa 2016, II połowa 2017 | Wsparcie procesu wdrażania LSR w zakresie tworzenia i utrzymania miejsc pracy | -Kampania informacyjna, -doradztwo indywidualne, -doradztwo grupowe, -szkolenie tematyczne - punkt konsultacyjny | - osoby z grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy, - przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć własną działalność gospodarczą, | Ogłoszenia w lokalnych mediach (prasa, telewizja kablowa, radio) | - Liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 |
| | | | | Ulotki i broszury informacyjne | - Liczba wydrukowanych broszur informacyjnych - 100 |
| | | | | Ogłoszenia na stronach Internetowych LGD i gmin | - prowadzenie strony internetowej www.elgd.pl |
| | | | | Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w siedzibie LGD oraz Urzędach Gmin | - Liczba ogłoszeń na tablicach informacyjnych - 5 |
| | | | | Plakaty informacyjne w PUP | - Liczba wydrukowanych plakatów - 30 |
| | | | | Plakaty informacyjne na przystankach autobusowych, w sklepach | |
| | | | | Plakaty informacyjne w GOPS, GMOPS, KGW, GOK | |
| | | | | Informacje przesyłane pocztą elektroniczną do lokalnych przedsiębiorców | - Liczba powiadomionych za pomocą poczty elektronicznej przedsiębiorców - 40 |
| Spoty informacyjne emitowane w lokalnej telewizji kablowej | - Liczba spotów informacyjnych wyemitowanych w lokalnej telewizji kablowej - 1 | | | | |
| | | | | | W każdym półroczu: |
| II połowa 2016, II połowa 2017, II połowa 2020 | Aktywizacja przedstawicieli różnych sektorów i grup interesów w proces wdrażania oraz monitoringu i ewaluacji LSR | - Kampania informacyjna | - ogół mieszkańców obszaru LGD, - przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć własną działalność gospodarczą, - osoby z grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy, - organizacje pozarządowe (NGO), - JST, | Artykuły w lokalnej prasie | - Liczba artykułów w lokalnej prasie - 2 |
| | | | | Ogłoszenia na stronie Internetowej LGD oraz stronach www.gmin , posty na portalu społecznościowym prowadzonym przez LGD | - prowadzenie strony internetowej www.elgd.pl |

| | | | | | |
|---|--|---|---|--|--|
| | | | - liderzy społeczni | | |
| | | | | | W każdym półroczu: |
| II połowa 2018 I połowa 2020 | Informowanie o wynikach bieżącego monitoringu oraz wynikach działań ewaluacyjnych | - Kampania informacyjna | - ogół mieszkańców | Artykuły w prasie lokalnej | - Liczba artykułów w prasie - 2 |
| | | | | Ogłoszenia na stronie internetowej LGD oraz na gminnych stronach www | - prowadzenie strony internetowej www.elgd.pl |
| | | | | Ulotki informacyjne | - Liczba ulotek - 100 |
| | | | | Plakaty informacyjne w kawiarence dla obywateli, w siedzibach instytucji publicznych | - Liczba plakatów - 20 |
| | | | | Informacje wysyłane pocztą elektroniczną do osób, które brały udział we wcześniejszych formach działania i udostępniły LGD swoje adresy e-mail | - Liczba wysłanych e-maili informacyjnych - 20 |
| Cały okres wdrażan ia LSR | Zachęcenie potencjalnych beneficjentów do skorzystania ze wsparcia w formie doradztwa indywidualnego bądź grupowego w procesie pozyskiwania środków z budżetu LSR. | - Bezpośrednie spotkanie w Biurze LGD - Kawiarenka dla obywateli | - ogół mieszkańców obszaru LGD, - przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć własną działalność gospodarczą, - osoby z grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do ryнку pracy, - organizacje pozarządowe (NGO), | Informacja na stronie internetowej LGD oraz na tablicy informacyjnej w siedzibie LGD o możliwości konsultacji i doradztwa | - Liczba osób uczestniczących w doradztwie indywidualnym lub grupowym - 240 - Liczba osób z grup defaworyzowanych uczestniczących w doradztwie indywidualnym lub grupowym - 50 - Liczba osobogodzin doradztwa indywidualnego lub grupowego - 480 |
| | | | Informacja o możliwości konsultacji i doradztwa na stronach www gmin wchodzących w skład LGD oraz informacja wywieszona w ich siedzibach | | |
| | | | Informacja wywieszona w PUP oraz jednostkach pomocy społecznej poszczególnych gmin, ODR | | |

| | | | | | |
|--|--|--|---------------------------------------|-------------------------------|---|
| | | | <p>- JST, - liderzy społeczni</p> | <p>Spotkania informacyjne</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Liczba spotkań w Kawiarence dla obywateli - 10 - Liczba osób uczestniczących w spotkaniach – 50 (5 osób / spotkanie) - Liczba sprzętów do wyposażenia kawiarenki dla obywateli: (mdz.innymi: stoliki – 2, krzesła – 8, waznik – 1, serwis kawowy – 2 kpl) - Liczba sprzętów i gadżetów do zaaranżowania kąca dla dzieci w kawiarence dla obywateli: (mdz.innymi: stolik dziecięcy – 1, kolorowanki – 30, kredki – 10, puzzle – 15) |
|--|--|--|---------------------------------------|-------------------------------|---|