

**PLAN KOMUNIKACJI – CELE, DZIAŁANIA, ŚRODKI I NARZĘDZIA KOMUNIKACJI, WSKAŹNIKI, EFEKTY**

Okres	Cel komunikacji	Działanie komunikacyjne	Grupa docelowa	Środki/narzędzia komunikacji	Zakładane wskaźniki		Planowane efekty	Częstotliwość monitoringu i ewaluacji
					Jednostka miary	Wartość		
2016 r.- 2018 r.	1. Podniesienie świadomości społecznej w zakresie możliwości pozyskiwania środków unijnych w ramach poddziałania 19.2 Wsparcie na wdrażanie operacji w ramach strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność w ramach PROW 2014-2020	Kampania informacyjna dotycząca naborów wniosków, informująca o głównych założeniach LSR 2014-2020	Istniejący przedsiębiorcy, potencjalni przedsiębiorcy, grupy osób defaworyzowanych (przede wszystkim osoby bezrobotne, w szczególności kobiety, ludzie młodzi w wieku 18-34 lat, osoby w wieku 50+, rolnicy), rolnicy zamierzający otworzyć działalność na bazie gospodarstwa rolnego, osoby prawne, jednostki samorządu terytorialnego, zorganizowane grupy zainteresowań, organizacje pozarządowe oraz mieszkańcy.	Artykuły na portalach społecznościowych Artykuły na portalach LGD i UG;	Liczba artykułów	3	Odzew czytelników (internetowy, telefoniczny lub osobisty w biurze LGD), Liczba odwiedzin na stronie LGD Nowa Galicja: 1500	Monitorowanie bieżące i na zakończenie okresu 2016-2018
				Spotkania informacyjno-szkoleniowe	Liczba spotkań	14	Udział w spotkaniach co najmniej 100 osób	
				Doradztwo indywidualne	Liczba osób objętych doradztwem	50	Złożenie ok. 25 wniosków aplikacyjnych	
				Materiały informacyjne (np. broszury, ulotka)	Nakład	1	Liczba osób objętych działaniami informacyjnymi: 5000 os.	
2016 - 2018	Promocja LGD i założeń LSR oraz aktywizacja społeczności lokalnej we wdrażanie LSR.	Kampania promocyjna dotycząca działalności LGD i założeń LSR	mieszkańcy obszaru LGD, osoby z grup defaworyzowanych (przede wszystkim osoby bezrobotne, w szczególności kobiety, ludzie młodzi w wieku 18-34 lat, osoby w wieku 50+, rolnicy, osoby	materiały promocyjne (np. gadżety),	Komplet	1	Liczba osób objętych kampanią promocyjną: 1000	Monitorowanie bieżące i na zakończenie okresu 2016-2018
				Wydarzenia o charakterze promocyjnym (targi, konkursy itp.)	Wydarzenie	1	Liczba osób biorąca udział w wydarzeniach o charakterze promocyjnym: 20	

			niepełnosprawne) osoby spoza terenu LGD, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, grupy niesformalizowane.	udział LGD w organizowanych przez podmioty zewnętrzne wydarzeniach takich jak imprezy, konkursy, targi itp.	Wydarzenie	1	Liczba osób biorąca udział w wydarzeniach o charakterze promocyjnym: 10	
2016 - 2018	3.Uzyskanie informacji zwrotnej na temat jakości pracy biura LGD, oraz efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu, a także zidentyfikowanie problemów związanych z realizacją LSR	Uzyskanie informacji zwrotnej na temat jakości pracy biura LGD, oraz efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu.	Podmioty, do których skierowane zostaną działania komunikacyjne określone w 1 i 2 celu komunikacyjnym.	Badanie ankietowe skierowane drogą elektroniczną lub bezpośrednio	Liczba ankietowanych	25	Zebranie opinii dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD;  Identyfikacja ew. problemów komunikacyjnych;	Ewaluacja okresowa 2016-2018
2019 - 2021	1. Podniesienie świadomości społecznej w zakresie możliwości pozyskiwania środków unijnych w ramach poddziałania 19.2 Wsparcie na wdrażanie operacji w ramach strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność w	Kampania informacyjna dotycząca naborów wniosków, informująca o głównych założeniach LSR 2014-2020	Istniejący przedsiębiorcy, potencjalni przedsiębiorcy, grupy osób defaworyzowanych (przede wszystkim osoby bezrobotne, w szczególności kobiety, ludzie młodzi w wieku 18-34 lat, osoby w wieku 50+, rolnicy), rolnicy zamierzający otworzyć działalność na bazie gospodarstwa rolnego, osoby prawne, JST,	Artykuły na portalach społecznościowych Artykuły na portalach LGD i UG;	Liczba artykułów	2	Odzew czytelników (internetowy, telefoniczny lub osobisty w biurze LGD), Liczba odwiedzin na stronie LGD Nowa Galicja: 1500	Monitorowanie bieżące i na zakończenie okresu 2019-2021
				Spotkania informacyjno-szkoleniowe	Liczba spotkań	14	Udział w spotkaniach co najmniej 70 osób	
				Doradztwo indywidualne	Liczba osób objętych doradztwem	50	Złożenie ok. 20 wniosków aplikacyjnych	

	ramach PROW 2014-2020		zorganizowane grupy zainteresowań, organizacje pozarządowe oraz mieszkańcy.	Materiały informacyjne (np. broszury, ulotka)	Wydanie	1	Liczba osób objętych działaniami informacyjnymi: 5000 os.	
2019 - 2021	2.Promocja LGD i założeń LSR oraz aktywizacja społeczności lokalnej we wdrażanie LSR.	Kampania promocyjna dotycząca działalności LGD i założeń LSR	mieszkańcy obszaru LGD, osoby z grup defaworyzowanych (przede wszystkim osoby bezrobotne, w szczególności kobiety, ludzie młodzi w wieku 18-34 lat, osoby w wieku 50+, rolnicy, osoby niepełnosprawne), osoby spoza terenu LGD, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, grupy niesformalizowane.	materiały promocyjne(np. gadżety),	Komplet	1	Liczba osób objętych kampanią promocyjną: 1000	Monitorowanie bieżące i na zakończenie okresu 2019-2021
				Wydarzenia o charakterze promocyjnym (targi, konkursy itp.)	Wydarzenie	1	Liczba osób biorąca udział w wydarzeniach o charakterze promocyjnym: 20	Monitorowanie bieżące i na zakończenie okresu 2019-2021
				Udział LGD w organizowanych przez podmioty zewnętrzne wydarzeniach takich jak imprezy, konkursy, targi itp.	Wydarzenie	1	Liczba osób biorąca udział w wydarzeniach o charakterze promocyjnym: 10	Monitorowanie bieżące i na zakończenie okresu 2019-2021
2019 - 2021	3.Uzyskanie informacji zwrotnej na temat jakości pracy biura LGD, oraz efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu, a także zidentyfikowanie problemów z realizacją LSR	Uzyskanie informacji zwrotnej na temat jakości pracy biura LGD, oraz efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu.	Podmioty, do których skierowane zostaną działania komunikacyjne określone w 1 i 2 celu komunikacyjnym.	Badanie ankietowe skierowane drogą elektroniczną lub bezpośrednio	Liczba ankietowanych	20	Zebranie opinii dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD; Identyfikacja ew. problemów komunikacyjnych;	Ewaluacja okresowa 2019-2021

2022 - 2023	2.Promocja LGD i założeń LSR oraz aktywizacja społeczności lokalnej we wdrażanie LSR.	Kampania promocyjna dotycząca działalności LGD i założeń LSR	mieszkańcy obszaru LGD, osoby z grup defaworyzowanych (przede wszystkim osoby bezrobotne, w szczególności kobiety, ludzie młodzi w wieku 18-34 lat, osoby w wieku 50+, rolnicy, osoby niepełnosprawne), osoby spoza terenu LGD, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, grupy niesformalizowane.	materiały promocyjne (np. publikacje),	Wydarzenie	1	Liczba osób objętych kampanią promocyjną: 1000	
				Wydarzenia o charakterze promocyjnym (targi, konkursy, imprezy itp.)	Wydarzenie	1	Liczba osób biorąca udział w wydarzeniach o charakterze promocyjnym: 1000	
				Udział LGD w organizowanych przez podmioty zewnętrzne wydarzeniach takich jak imprezy, konkursy, targi itp.	Wydarzenie	1	Liczba osób biorąca udział w wydarzeniach o charakterze promocyjnym: 20	
2022 - 2023	3.Uzyskanie informacji zwrotnej na temat jakości pracy biura LGD, oraz efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu, a także zidentyfikowanie problemów związanych z realizacją LSR	Uzyskanie informacji zwrotnej na temat jakości pracy biura LGD, oraz efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu.	Podmioty, do których skierowane zostaną działania komunikacyjne określone w 1 i 2 celu komunikacyjnym.	Badanie ankietowe skierowane drogą elektroniczną lub bezpośrednio	Liczba ankietowanych	30	Zebranie opinii dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD;  Identyfikacja ew. problemów komunikacyjnych;	Ewaluacja okresowa 2022-2023

Na realizację zadań założonych w planie komunikacyjnym na lata 2016-2023 Stowarzyszenie pn. Lokalna Grupa Działania Nowa Galicja przeznaczona kwotę z budżetu w wysokości 407 500,00 zł (w ramach Poddziałania 19.4 PROW 2014-2020 Wsparcie na rzecz kosztów bieżących i aktywizacji).