**Załącznik nr 5 Plan komunikacji**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Środki przekazu** | | **Adresaci działania komunikacyjnego** | **Nazwa działania komunikacyjnego** | **Nazwa wskaźnika** | **Budżet** | **Stan docelowy** | **Okres realizacji LSR** | | | | | | | | | **Rezultaty działań** |
| **2016** | **2017** | **2018** | **2019** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** |
|  |  | Cel 1. Informowanie o możliwości uzyskania wsparcia i pomocy w przygotowaniu, realizacji oraz rozliczaniu projektów dofinansowanych w ramach LSR | | | | | | | | | | | | | | |
| - Prowadzenie i aktualizowanie strony internetowej;  - Prowadzenie i aktualizowanie portali społecznościowych;  - Prowadzenie bieżącej informacji w biurze LGD (telefoniczna, mailowo, osobiście);  - Przesyłanie informacji do Powiatowych Urzędów Pracy z prośbą o zamieszczenie informacji na ich stronie internetowej i tablicy ogłoszeń;  - Przesyłanie informacji do Urzędów Gmin wchodzących w skład LSR z prośbą o zamieszczenie informacji na ich stronie internetowej i tablicy ogłoszeń;  - Przesyłanie informacji do osób znajdujących się w bazie kontaktów LGD  - szkolenie;  - doradztwo;  - ankieta monitorująca; | | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane pod kątem dostępu do rynku pracy, | Kampania informacyjna | Liczba zamieszczanych artykułów na stronie internetowej LGD | 18000,00 | 10 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | Wzrost wiedzy grup  000docelowych opisanych w LSR na temat możliwości uzyskania wsparcia oraz zakresu pomocy w przygotowaniu, realizacji oraz rozliczaniu projektów dofinansowanych w ramach LSR; |
| Liczba zamieszczonych informacji na Fanpage LGD | 0,00 | 32 | 7 | 0 | 7 | 6 | ~~4~~ | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Liczba osób, które otrzymały informację w biurze LGD, telefonicznie lub mailowo | 0,00 | 100 | 10 | 13 | 25 | 27 | 10 | 5 | 20 | 10 | 5 |
| Liczba Powiatowych Urzędów Pracy, do których przesłano informacje | 0,00 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 0 | 4 | 0 | 0 |
| Liczba Urzędów Gmin wchodzących w skład LGD, do których przesłano informację | 0,00 | 50 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 0 | 0 |
| Liczba osób, do których przesłano informację, będących w bazie kontaktów LGD | 0,00 | 240 | 60 | 50 | 50 | 40 | 40 | 0 | 40 | 0 | 0 |
| Cykl szkoleniowy | Liczba zorganizowanych szkoleń | 3600 | 7 | 2 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Liczba osób uczestniczących w szkoleniu\* | 0,00 | 37 | - | 10 | 17 | 14 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |  |
| Liczba osób korzystających z doradztwa\*\* | 0,00 | 48 | 36 | 12 | ~~-~~ | - | - | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Liczba rozpowszechnionych ankiet | 0,00 | 149 | 90 | 10 | 29 | 20 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  | | Cel 2. Zwiększenie poziomu świadomości i wiedzy mieszkańców na temat korzyści z członkostwa w Unii Europejskiej oraz z możliwości jakie wnosi LGD, dzięki napływowi Funduszy Europejskich w tym EFRROW | | | | | | | | | | | | | | |
| Organizacja spotkań otwartych na terenie gmin wchodzących w skład LGD | | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane pod kątem dostępu do rynku pracy,  - Osoby zagrożone wykluczeniem społecznym tj. osoby w wieku poprodukcyjnym | Bezpośrednie spotkania | Liczba spotkań informacyjnych | 0,00 | 14 | 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | Wzrost świadomości i wiedzy grup docelowych opisanych w LSR na temat korzyści płynących z uzyskanego wsparcia w ramach środków unijnych |
|  | | Cel 3.Wzmocnienie pozytywnego wizerunku LGD jako obszaru efektywnie wykorzystującego szanse stwarzane przez członkostwo Polski w Unii Europejskiej | | | | | | | | | | | | | | |
| Ankieta monitorująca | | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane pod kątem dostępu do rynku pracy,  - Osoby zagrożone wykluczeniem społecznym tj. osoby w wieku poprodukcyjnym | Badanie satysfakcji | Liczba rozpowszechnionych ankiet | 0,00 | 200,00 | 0 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 30 | Wzrost rozpoznawalności LGD jako podmiotu mającego realny wpływ na kształt i kierunek rozwoju społecznego regionu; |

\* Wskaźnik wykazywany od 01.07.2017;

\*\* Wskaźnik wykazywany do 30.06.2017 r.