



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

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki wraz z wartościami	Planowany/prognozowany budżet	Planowane efekty działań komunikacyjnych	
I połowa 2024	Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD (2)	Kampania informacyjna o funkcjonowaniu i działalności LGD (2.1)	- beneficjenci i potencjalni beneficjenci	- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku (2.1.1.)	- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: 10 szt. (2.1.1.)	100,00	- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 1000 osób (weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony)	
			- lokalna społeczność					
			- wszystkie grupy defaworyzowane	- strony internetowe urzędów (2.1.2.)	- liczba informacji dotyczących konkursów promocyjnych (np. konkurs plastyczny) rozprowadzonych elektronicznie do 8 gmin- 1 informacja (2.1.2.)	1800,00	- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza strony internetowe urzędów)	
				- kampania informacyjna: plakaty i ulotki (2.1.3.)	- liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: 1 rodzaj ulotki* 320 sztuk łącznie 320 ulotek (2.1.3.1)	400,00	- liczba osób uczestniczących w wydarzeniach promocyjnych -2 wydarzeń promocyjnych *160 osób łącznie 320 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)	



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

					- liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów 1 rodzaju plakatów *5 sztuk * 8 gmin łącznie 40 plakatów (weryfikacja: protokół pracownika) (2.1.3.2)	125,00	- liczba osób poinformowanych - 4434 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego 5% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)
I połowa 2024	Rzeczoznawstwo informacyjne o postępach we wdrażaniu LSR (3)	Kampania informacyjna o postępach we wdrażaniu LSR (3.1)	beneficjenci i potencjalni beneficjenci - lokalna społeczność - wszystkie grupy defaworyzowane	strona internetowa LGD oraz fanpage na facebooku (3.1.1) - kampania informacyjna: plakaty i ulotki lokalne media (3.1.3)	- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 10 szt. (3.1.1) - liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: 320 ulotek (1 rodzaj ulotek *320 szt.) (3.1.3.1)	100,00 400,00	- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min. 1000 osób (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony) - liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych – 2 wydarzeń promocyjnych *160 osób łącznie 320 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)



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

					- liczba przekazanych informacji do lokalnych mediów np. prasa: min. 1 informacja (3.1.3.3)	600,00	- liczba osób poinformowanych o postępach we wdrażaniu LSR- min. 1 500 osób (weryfikacja na podstawie nakładu w lokalnych mediach np. prasie – nakład prasy to ok. 5000 egzemplarzy zakłada się, że 30% czytelników zapozna się z informacją)
		Spotkania informacyjno – konsultacyjne o postępach we wdrażaniu LSR		-spotkania informacyjno – konsultacyjne o postępach we wdrażaniu LSR (3.1.2)	- liczba spotkań informacyjno – konsultacyjne o postępach we wdrażaniu LSR : min. 1 (3.1.2)	750,00	- liczba osób przybyłych na spotkania- min. 15 osób (weryfikacja na podstawie listy obecności), - liczba osób oceniających pozytywnie spotkania informacyjno – konsultacyjne - min. 12 osób (weryfikacja na podstawie ankiety)



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

					- liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów: 40 plakatu (1 rodzaj plakatu *5 sztuk *8 gmin) (weryfikacja: protokół pracownika) (3.1.3.2)	125,00	- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)
I połowa 2024	Rozpowszechnianie informacji o projektach zrealizowanych ze środków LSR i transfer dobrych praktyk (4)	Kampania informacyjna o projektach zrealizowanych ze środków LSR i transfer dobrych praktyk (4.2)	- beneficjenci i potencjalni beneficjenci - lokalna społeczność - wszystkie grupy defaworyzowane	Strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku (4.2)	- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 5 szt. (4.2)	100,00	- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min. 1000 osób (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)



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

II połowa 2024	Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD (2)	Kampania informacyjna o funkcjonowaniu i działalności LGD (2.1)	- beneficjenci i potencjalni beneficjenci	- strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku (2.1.1)	- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: 10 szt. (2.1.1)	100,00	- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej – min. 1000 osób (weryfikacja na podstawie licznika odwiedzin strony)	
			- lokalna społeczność					
			- wszystkie grupy defaworyzowane	- strony internetowe urzędów (2.1.2)	- liczba informacji dotyczących konkursów promocyjnych (np. konkurs plastyczny) rozprowadzonych elektronicznie do 8 gmin – 1 informacja (2.1.2)	1800,00	- liczba osób poinformowanych - 2660 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3% odwiedza strony internetowe urzędów)	
			- kampania informacyjna: plakaty i ulotki (2.1.3)	- liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: 1 rodzaj ulotki*320 szt. łącznie 320 ulotek (2.1.3.1)	400,00	- liczba osób uczestniczących w wydarzeniach promocyjnych -2 wydarzeń promocyjnych *160 osób łącznie 320 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)		
				- liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów 1 rodzaje plakatów * 5	125,00	- liczba osób poinformowanych - 4434 osób (weryfikacja: obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z		



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

					sztuk * 8 gmin łącznie 40 plakatów (weryfikacja: protokół pracownika) (2.1.3.2)		czego ok 5% odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)	
II połowa 2024	Rozpowszechnianie informacji o postępach we wdrażaniu LSR (3)	Kampania informacyjna o postępach we wdrażaniu LSR (3.1)	- beneficjenci i potencjalni beneficjenci	- strona internetowa LGD oraz fanpage na facebooku (3.1.1)	- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 10 szt. (3.1.1)	100,00	- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min. 1000 osób (weryfikacja na podstawie odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)	
			- lokalna społeczność					
			- wszystkie grupy defaworyzowane	- kampania informacyjna: plakaty i ulotki lokalne media (3.1.3)	- liczba rozprowadzonych tematycznie ulotek: 1 rodzaj ulotki*320 szt. łącznie 320 ulotek (3.1.3.1)	400,00	- liczba osób poinformowanych podczas wydarzeń promocyjnych 2 wydarzeń promocyjnych *160 osób łącznie 320 osób (weryfikacja na podstawie protokołu pracownika)	
					- liczba przekazanych informacji w lokalnych mediach np. prasa : min. 1 informacja (3.1.3.3)	600,00	- liczba osób poinformowanych o postępach we wdrażaniu LSR- min. 1 500 osób (weryfikacja na	



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

		Spotkania informacyjno-konsultacyjne o postępach we wdrażaniu LSR		Spotkania informacyjno-konsultacyjne o postępach we wdrażaniu LSR	-liczba spotkań informacyjno-konsultacyjne o postępach we wdrażaniu LSR- min. 1	750,00	podstawie nakładu w lokalnych mediach np. prasie – nakład prasy to ok. 5000 egzemplarzy zakłada się, że 30% czytelników zapozna się z informacją) -liczba osób przybyłych na spotkania min. 15 (weryfikacja na podstawie listy obecności) - liczba osób oceniających pozytywnie spotkania informacyjno-konsultacyjne min. 12 os (weryfikacja na podstawie ankiety)
					-liczba rozprowadzonych tematycznie plakatów: 40 plakatów (1 rodzaj plakatu *5 sztuk * 8 gmin)(weryfikacja protokół pracownika)	125,00	-liczba osób poinformowanych – 2660 osób (weryfikacja : obszar LSR zamieszkuje 88 681 osób z czego ok 3%odwiedza urzędy, MOPS-y, GOK-i itp.)
II połowa 2024	Rozpowszechnianie informacji o projektach zrealizowanych ze środków LSR i	Kampania informacyjna o projektach zrealizowanych ze środków LSR i	-beneficjenci i potencjalni beneficjenci -lokalna społeczność	Strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebooku (4.2)	- liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej i fanpage: min. 5 szt. (4.2)	100,00	- liczba osób, które zapoznały się z informacjami na stronie internetowej oraz fanpage na facebook - min. 1000 osób (weryfikacja na podstawie



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

	transfer dobrych praktyk (4)	transfer dobrych praktyk (4.2)	-wszystkie grupy defaworyzowane				odwiedzin fanpage na facebooku oraz odwiedzin strony)
--	---------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------	--	--	--	---

RAZEM 9.000 ZŁ