



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich



Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

SCHEMAT WDRAŻANIA PLANU KOMUNIKACYJNEGO

| Cel komunikacji | Nazwa działania komunikacyjnego | Adresaci działań | Środki przekazu | wskaźniki (produkt) | | Skala oddziaływania | Szacowany koszt | Efekty działań komunikacyjnych |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------|---------------------|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | jedn. miary | stan docelowy | | | |
| I połowa 2016 | | | | | | | 27 800,00 | |
| Informowanie opinii publicznej i wnioskodawców o rozpoczęciu realizacji LSR – obszarach i zasadach wsparcia | Kampania informacyjna Wydarzenia promocyjne Wydawnictwa i publikacje Bieżąca publikacja informacji | A i B | Artykuły w prasie lokalnej | szt. | 2 | 8.000 os./m-c | Działalność bieżąca (DB) | ogólna informacja o potencjalnych możliwościach wsparcia w ramach LSR |
| | | | Spoty reklamowe (radio/TV) | spot szt. | 100 (30 sek.) | Obszar LGD | 6 000,00 | min. 35 tys. osób uzyska ogólną informację na temat LSR i LGD (obszar pow. wrocławskiego i miasta W-w) |
| | | | plakaty i ulotki w siedzibach instytucji publicznych i świetlicach | punkt | 50 | Ok. 2 tys. osób | 1 500,00 | 2 tys. osób uzyska wiedzę na temat LSR |
| | | | Artykuły w Internecie | szt. | 5 | ok. 5 tys. os./m-c | DB | ok. 30.000 osób poinformowanych o działaniach LGD |
| | | | Strona www + portal | szt. | 1 | Obszar LGD | 8 000,00 | 70.000 mieszkańców uzyska wiedzę na temat LGD oraz LSR – nowa/udoskonalona www |
| | | | ulotka informacyjna (skrót LSR i kryteria wyboru) | szt. | 5 tys. | 25 tys. os. | 1 000,00 | 25.000 osób uzyska wiedzę na temat LGD oraz LSR |
| | | | Seminarium dot. założeń LSR 2015 – 2022 | szt. | 5 | 200 os. | 500,00 | 200 osób uzyska wiedzę na temat LSR |
| Edukowanie wnioskodawców w zakresie podnoszenia jakości składanych projektów | Doradztwo grupowe | B | Szkolenia dla wnioskodawców | szt. | 5 | 125 os. | 500,00 | prawidłowo złożone wnioski |
| | Doradztwo indywidualne | | Doradztwo w Biurze LGD | h | 25 h/m-c | 100 os. | DB | |
| Wzmocnienie struktur LGD | Doradztwo grupowe | D | Szkolenia dla organu decyzyjnego | szt. | 1 | 15 os. | 300,00 | prawidłowo ocenione wnioski |
| | Wydarzenia promocyjne | | Wizyta studyjna | szt. | 1 | 20 os. | 10 000,00 | nabywanie wiedzy z zakresu innowacji, wymiany dobrych praktyk oraz prawidłowego wdrażania LSR |
| II połowa 2016 | | | | | | | 104 000,00 | |
| Podnoszenie wiedzy na temat obszaru | Wydarzenia promocyjne | A i B | Warsztaty kulinarne | szt. | 1 | 20 os. | 2 000,00 | wzrost świadomości konsumpcyjnej |
| | | | Warsztaty rękodzielnicze | szt. | 1 | 20 os. | 2 000,00 | kultywowanie tradycji lokalnych |
| | | A, B, C | Impreza promująca dorobek artystyczny, kulturalny, kulinarny i gospodarczy obszaru LGD | szt. | 1 | 600 os. | 90 000,00 | wzrost wiedzy na temat działalności LGD, dorobku artystycznego, kulinarnego oraz społecznego, w tym produktu lokalnego |
| Wzmocnienie struktur LGD | Wydarzenia promocyjne | D | Wizyta studyjna | szt. | 1 | 20 os. | 10 000,00 | nabywanie wiedzy z zakresu innowacji, wymiany dobrych praktyk oraz prawidłowego wdrażania LSR |
| I połowa 2017 | | | | | | | 15 300,00 | |
| Podtrzymywanie zainteresowania potencjalnych wnioskodawców możliwością aplikowania, a potencjalnych uczestników o możliwości udziału w projektach | Kampania informacyjna | A i B | plakaty i ulotki w siedzibach instytucji publicznych i świetlicach | punkt | 25 | 70.000 os. | 1 500,00 | Wysokie zainteresowanie składaniem projektów |
| | | | artykuły w Internecie | szt. | 5 | ok. 5 tys. os./m-c | DB | ok. 30.000 osób poinformowanych o działaniach LGD |
| | Wydawnictwa i publikacje | A i B | ulotka informacyjna (skrót LSR i kryteria wyboru) | szt. | 5 tys. | 25 tys. os. | 1 000,00 | 25.000 osób uzyska wiedzę na temat LGD oraz LSR |
| Edukowanie wnioskodawców ... (cel nr 3) | Doradztwo grupowe Doradztwo indywidualne | B | Szkolenia dla wnioskodawców | szt. | 5 | 125 os. | 500,00 | prawidłowo złożone wnioski |
| | | | Doradztwo w Biurze LGD | h | 25 h/m-c | 100 os. | DB | |
| Podnoszenie wiedzy na temat | Wydarzenia promocyjne | A, B, C | Warsztaty kulinarne | szt. | 1 | 20 os. | 2 000,00 | podniesienie świadomości konsumpcyjnej |



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich



Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

| | | | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|---------|----------------------------------------------------------------------------------------|--------|----------|--------------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| obszaru | | | | | | | | |
| Wzmocnienie struktur LGD | Doradztwo grupowe | D | Szkolenia dla organu decyzyjnego | szt. | 1 | 15 os. | 300,00 | prawidłowo ocenione wnioski |
| | Wydarzenia promocyjne | D | Wizyta studyjna | szt. | 1 | 20 os. | 10 000,00 | nabywanie wiedzy z zakresu innowacji, wymiany dobrych praktyk oraz prawidłowego wdrażania LSR |
| II połowa 2017 | | | | | | | 103 800,00 | |
| Udzielanie wnioskodawcom pomocy w zakresie realizacji projektów i ich rozliczania | Doradztwo indywidualne | B i C | doradztwo w Biurze LGD | h | 25h/m-c | 100 os. | DB | prawidłowo złożone wnioski |
| Podtrzymywanie zainteresowania ... (cel nr 2) | Kampania informacyjna | A, B | plakaty i ulotki w siedzibach instytucji publicznych i świetlicach | punkt | 25 | 70.000 os. | 1 500,00 | Wysokie zainteresowanie składaniem projektów |
| | | | artykuły w Internecie | szt. | 5 | ok. 5 tys. os./m-c | DB | ok. 30.000 osób poinformowanych o działaniach LGD |
| Podnoszenie wiedzy na temat obszaru | Wydarzenia promocyjne | A, B, C | Warsztaty rękodzielnicze | szt. | 1 | 20 os. | 2 000,00 | kultywowanie tradycji lokalnych |
| | | | Impreza promująca dorobek artystyczny, kulturalny, kulinarny i gospodarczy obszaru LGD | szt. | 1 | 600 os. | 90 000,00 | wzrost wiedzy na temat działalności LGD, dorobku artystycznego, kulinarnego oraz społecznego, w tym produktu lokalnego |
| Wzmocnienie struktur LGD | Doradztwo grupowe | D | Szkolenia dla organu decyzyjnego | szt. | 1 | 15 | 300,00 | prawidłowo ocenione wnioski |
| | Wydarzenia promocyjne | D | Wizyta studyjna | szt. | 1 | 20 os. | 10 000,00 | nabywanie wiedzy z zakresu innowacji, wymiany dobrych praktyk oraz prawidłowego wdrażania LSR |
| Monitoring realizacji działań komunikacyjnych | Badanie poziomu satysfakcji | B | Ankietyzacja | szt. | 1 | 200 os. | DB | Raport z badania oraz rekomendacje do aktualizacji Planu komunikacyjnego |
| I połowa 2018 | | | | | | | 26 000,00 | |
| Przekazywanie opinii publicznej informacji o postępach realizacji projektów oraz LSR | Kampania informacyjna Wydawnictwa i publikacje | A, B, C | Artykuły w prasie lokalnej | szt. | 2 | 8.000 os./m-c | DB | ogólna informacja o potencjalnych możliwościach wsparcia w ramach LSR |
| | | | artykuły w Internecie | szt. | 5 | ok. 5 tys. os./m-c | DB | ok. 30.000 osób poinformowanych o działaniach LGD |
| | | | ulotka informacyjna (skrót LSR i kryteria wyboru) | szt. | 5 tys. | 25 tys. os. | 1 000,00 | 25.000 osób uzyska wiedzę na temat LGD oraz LSR |
| Podnoszenie wiedzy na temat obszaru | Wydarzenia promocyjne | A, C | Interaktywne warsztaty edukacyjne | szt. | 5 | 75 os. | 15 000,00 | Wzrost świadomości na temat dziedzictwa lokalnego obszaru |
| Edukowanie wnioskodawców ... (cel nr 3) | Doradztwo grupowe | A i B | Spotkania w gminach | Szt. | 5 | 125 os. | DB | Wysoka jakość składanych aplikacji |
| Wzmocnienie struktur LGD | Doradztwo grupowe | D | Szkolenia dla organu decyzyjnego | szt. | 1 | 15 osób | DB | prawidłowo ocenione wnioski |
| | Wydarzenia promocyjne | D | Wizyta studyjna | szt. | 1 | 20 osób | 10 000,00 | nabywanie wiedzy z zakresu innowacji, wymiany dobrych praktyk oraz prawidłowego wdrażania LSR |
| II połowa 2018 | | | | | | | 116 500,00 | |
| Podtrzymywanie zainteresowania ... (cel nr 2) | Kampania informacyjna | A i B | plakaty i ulotki w siedzibach instytucji publicznych i świetlicach | punkty | 25 | 70.000 os. | 1 500,00 | Wysokie zainteresowanie składaniem projektów |
| | | | Artykuły w Internecie | szt. | 5 | ok. 5 tys. os./m-c | DB | ok. 30.000 osób poinformowanych o działaniach LGD |
| Udzielanie wnioskodawcom ... (cel nr 4) | Doradztwo indywidualne | B i C | Doradztwo w Biurze LGD | h | 25 h/m-c | 100 os. | DB | prawidłowo złożone wnioski |



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich



| | | | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------|------------------|--------------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Podtrzymywanie zainteresowania (...) | Wydawnictwa i publikacje | A, B, C | Publikacja niezbędnika dobrych praktyk w zakresie usług i produktów lokalnych | szt. | 1 (nakład 5tys.) | 5 gmin | 15 000,00 | podniesienie świadomości mieszkańców obszaru w zakresie produktów i usług lokalnych |
| Podnoszenie wiedzy na temat obszaru | Wydarzenia promocyjne | A, B, C, D | Impreza promująca dorobek artystyczny, kulturalny, kulinarny i gospodarczy obszaru LGD | szt. | 1 | 600 os. | 90 000,00 | wzrost wiedzy na temat działalności LGD, dorobku artystycznego, kulinarnego oraz społecznego, w tym produktu lokalnego |
| Wzmocnienie struktur LGD | Wydarzenia promocyjne | D | Wizyta studyjna | szt. | 1 | 20 os. | 10 000,00 | nabywanie wiedzy z zakresu innowacji oraz prawidłowego wdrażania LSR |
| Monitoring realizacji działań komunikacyjnych | Badanie poziomu satysfakcji | B | Ankietyzacja | szt. | 1 | 200 os. | DB | Raport z badania oraz rekomendacje do aktualizacji Planu komunikacyjnego |
| I połowa 2019 | | | | | | | 12 500,00 | |
| Przekazywanie opinii publicznej informacji o postępach realizacji projektów oraz LSR | Kampania informacyjna Wydawnictwa i publikacje | A, B, C | Artykuły w prasie lokalnej | szt. | 2 | 8.000 os./m-c | DB | ogólna informacja o potencjalnych możliwościach wsparcia w ramach LSR |
| | | | Artykuły w Internecie | szt. | 5 | ok. 5 tys. os./m-c | DB | ok. 30.000 osób poinformowanych o działaniach LGD |
| | | | ulotka informacyjna (skrót LSR i kryteria wyboru) | szt. | 5 tys. | 25 tys. os. | 1 000,00 | 25.000 osób uzyska wiedzę na temat LGD oraz LSR |
| Podtrzymywanie zainteresowania ... (cel nr 2) | Kampania informacyjna | A i B | plakaty i ulotki w siedzibach instytucji publicznych i świetlicach | punkt | 25 | 70.000 osób | 1 500,00 | Wysokie zainteresowanie składaniem projektów |
| | | | Artykuły w Internecie | szt. | 5 | ok. 5 tys. os./m-c | DB | ok. 30.000 osób poinformowanych o działaniach LGD |
| Edukowanie wnioskodawców... (cel nr 3) | Doradztwo grupowe | B | Spotkania w gminach | szt. | 5 | 125 os. | DB | Wysoka jakość składanych aplikacji |
| Wzmocnienie struktur LGD | Doradztwo grupowe | D | Szkolenia organu decyzyjnego | szt. | 1 | 15 os. | DB | prawidłowo ocenione wnioski |
| | Wydarzenia promocyjne | D | Wizyta studyjna | szt. | 1 | 20 os. | 10 000,00 | nabywanie wiedzy z zakresu innowacji, wymiany dobrych praktyk oraz prawidłowego wdrażania LSR |
| II połowa 2019 | | | | | | | 100 000,00 | |
| Udzielanie wnioskodawcom pomocy... (cel nr 4) | Doradztwo indywidualne | B | Doradztwo w Biurze LGD | h | 25 h/m-c | 125 os. | DB | prawidłowo realizowane wnioski o płatność |
| Podnoszenie wiedzy na temat obszaru | Wydarzenia promocyjne | A, B, C | Impreza promująca dorobek artystyczny, kulturalny, kulinarny i gospodarczy obszaru LGD | szt. | 1 | 600 os. | 90 000,00 | wzrost wiedzy na temat działalności LGD, dorobku artystycznego, kulinarnego oraz społecznego, w tym produktu lokalnego |
| Wzmocnienie struktur LGD | Wydarzenia promocyjne | D | Wizyta studyjna | szt. | 1 | 20 os. | 10 000,00 | nabywanie wiedzy z zakresu innowacji, wymiany dobrych praktyk oraz prawidłowego wdrażania LSR |
| Monitoring realizacji działań komunikacyjnych | Badanie poziomu satysfakcji | B, C | Ankietyzacja | szt. | 1 | 400 os. | DB | Raport z badania oraz rekomendacje do aktualizacji Planu komunikacyjnego |
| I połowa 2020 | | | | | | | 27 500,00 | |
| Przekazywanie opinii publicznej informacji o postępach realizacji projektów oraz LSR | Kampania informacyjna | A, B, C | Artykuły w prasie lokalnej | szt. | 2 | 8.000 os./m-c | DB | ogólna informacja o potencjalnych możliwościach wsparcia w ramach LSR |
| | | | Artykuły w Internecie | szt. | 5 | ok. 5 tys. os./m-c | DB | ok. 30.000 osób poinformowanych o działaniach LGD |
| | | | ulotka informacyjna (skrót LSR i kryteria wyboru) | szt. | 5 tys. | 25 tys. os. | 1 000,00 | 25.000 osób uzyska wiedzę na temat LGD oraz LSR |
| Podtrzymywanie zainteresowania ... (cel nr 2) | Kampania informacyjna | A, B | plakaty i ulotki w siedzibach instytucji publicznych i świetlicach | punkt | 25 | 70.000 os. | 1 500,00 | Wysokie zainteresowanie składaniem projektów |



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich



Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

| | | | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------|----------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------|--------------------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | Artykuły w Internecie | szt. | 5 | ok. 5 tys. os./m-c | DB | ok. 30.000 osób poinformowanych o działaniach LGD |
| Podnoszenie wiedzy na temat obszaru | Wydarzenia promocyjne | A, C | Interaktywne warsztaty edukacyjne | szt. | 5 | 75 os. | 15 000,00 | Wzrost świadomości na temat dziedzictwa lokalnego obszaru |
| Edukowanie wnioskodawców... (cel nr 3) | Doradztwo grupowe | A, B | Spotkania w gminach | szt. | 5 | 125 os. | DB | Wysoka jakość składanych aplikacji |
| Wzmocnienie struktur LGD | Doradztwo grupowe | D | Szkolenia dla organu decyzyjnego | szt. | 1 | 15 os. | DB | prawidłowo ocenione wnioski |
| | Wydarzenia promocyjne | D | Wizyta studyjna | szt. | 1 | 20 os. | 10 000,00 | nabywanie wiedzy z zakresu innowacji oraz prawidłowego wdrażania LSR |
| II połowa 2020 | | | | | | | 100 000,00 | |
| Udzielanie wnioskodawcom pomocy... | Doradztwo indywidualne | B | Doradztwo Biurze LGD | h | 25 h/m-c | 125 os. | DB | prawidłowo realizowane wnioski o płatność |
| Podnoszenie wiedzy na temat obszaru | Wydarzenia promocyjne | A, B, C | Impreza promująca dorobek artystyczny, kulturalny, kulinarny i gospodarczy obszaru LGD | szt. | 1 | 600 os. | 90 000,00 | wzrost wiedzy na temat działalności LGD, dorobku artystycznego, kulinarnego oraz społecznego, w tym produktu lokalnego |
| Wzmocnienie struktur LGD | Wydarzenia promocyjne | D | Wizyta studyjna | szt. | 1 | 20 os. | 10 000,00 | nabywanie wiedzy z zakresu innowacji oraz prawidłowego wdrażania LSR |
| Monitoring realizacji działań komunikacyjnych | Badanie poziomu satysfakcji | B, C | Ankietyzacja | szt. | 2 | 400 os. | DB | Raport z badania oraz rekomendacje do aktualizacji Planu komunikacyjnego |
| I połowa 2021 | | | | | | | 17 500,00 | |
| Przekazywanie opinii publicznej informacji o postępach realizacji projektów oraz LSR | Kampania informacyjna | A, B, C | Artykuły w prasie lokalnej | szt. | 2 | 8.000 os./m-c | DB | ogólna informacja o potencjalnych możliwościach wsparcia w ramach LSR |
| | | | Artykuły w Internecie | szt. | 3 | ok. 5 tys. os./m-c | DB | ok. 30.000 osób poinformowanych o działaniach LGD |
| | Wydawnictwa i publikacje | | ulotka informacyjna (skrót LSR i kryteria wyboru) | szt. | 5 tys. | 25 tys. os. | 1 000,00 | 25.000 osób uzyska wiedzę na temat LGD oraz LSR |
| Podtrzymywanie zainteresowania ... (cel nr 2) | Kampania informacyjna | B | plakaty i ulotki w siedzibach instytucji publicznych i świetlicach | punkty | 25 | 70.000 osób | 1 500,00 | Wysokie zainteresowanie składaniem projektów |
| | | | Artykuły w Internecie | szt. | 3 | ok. 5 tys. os./m-c | DB | ok. 30.000 osób poinformowanych o działaniach LGD |
| Podnoszenie wiedzy na temat obszaru | Wydarzenia promocyjne | A, C | Interaktywne warsztaty edukacyjne | szt. | 5 | 75 os. | 15 000,00 | Wzrost świadomości na temat dziedzictwa lokalnego obszaru |
| Edukowanie wnioskodawców ... (cel nr 3) | Doradztwo grupowe | | Spotkania w gminach | szt. | 5 | 125 osób | DB | Wysoka jakość składanych aplikacji |
| II połowa 2021 | | | | | | | DB | |
| Udzielanie wnioskodawcom pomocy ... (cel nr 4) | Doradztwo indywidualne | B | Doradztwo Biurze LGD | h | 25 h/m-c. | 125 os. | DB | Prawidłowa realizacja merytoryczna oraz finansowa operacji |
| Monitoring realizacji działań komunikacyjnych i animacyjnych | Badanie poziomu satysfakcji | B i C | Ankietyzacja | szt. | 2 | 500 os. | DB | Raport z badania oraz rekomendacje do aktualizacji Planu komunikacyjnego |
| I połowa 2022 | | | | | | | 500,00 | |
| Przekazywanie opinii publicznej informacji o postępach realizacji projektów oraz LSR | Kampania informacyjna | A, C | Artykuły w prasie lokalnej | szt. | 6 | 8.000 os./m-c | DB | ogólna informacja na temat efektów oraz oddziaływania LSR (skala oddziaływania mierzona wielkością nakładu x6m=48 tys.) |
| | | | Artykuły w Internecie | szt. | 9 | ok. 5 tys. os./m-c | DB | Ogólna informacja na temat efektów oraz oddziaływania LSR oraz działalności LGD (mierzona liczbą wejść – ok. 30 tys. os.) |



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich



Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

| | | | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-------|-----------------------------------------------------------|------|----------|---------------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | Publikacja LGD folder prezentujący dorobek projektodawców | szt. | 1 tys. | 5 tys. os. | 500,00 | 5 tys. osób uzyska informację na temat efektów wdrażania LSR oraz działalności LGD |
| Udzielanie wnioskodawcom pomocy ... (cel nr 4) | Doradztwo indywidualne | B | Doradztwo Biurze LGD | h | 25 h/m-c | 125 os. | DB | Prawidłowa realizacja merytoryczna oraz finansowa operacji |
| II połowa 2022 | | | | | | | 1 000,00 | |
| Przekazywanie opinii publicznej informacji o postępach realizacji projektów oraz LSR | Kampania informacyjna | A | Artykuły w prasie lokalnej | szt. | 6 | 8.000 os./m-c | | ogólna informacja na temat efektów oraz oddziaływania LSR (skala oddziaływania mierzona wielkością nakładu x6m=48 tys.) |
| | | | Artykuły w Internecie | szt. | 12 | 8.000 os./m-c | | Ogólna informacja na temat efektów oraz oddziaływania LSR oraz działalności LGD (mierzona liczbą wejść – ok. 30 tys. os.) |
| | | | Publikacja LGD folder prezentujący dorobek projektodawców | szt. | 2 tys. | 10 tys. os. | 1 000,00 | 10 tys. os. uzyska informację na temat efektów wdrażania LSR oraz działalności LGD |
| Udzielanie wnioskodawcom pomocy ... (cel nr 4) | Doradztwo indywidualne | B | Doradztwo Biurze LGD | h | 25 h/m-c | 125 os. | DB | Prawidłowa realizacja merytoryczna oraz finansowa operacji |
| Minitoring realizacji działań komunikacyjnych | Badanie poziomu satysfakcji | B i C | Ankietyzacja | szt. | 2 | 500 os. | DB | Raport podsumowujący działania komunikacyjne realizowane w ramach LSR |
| | | | | | | | 652 400,00 | |