

Harmonogram realizacji Planu komunikacji  
Lokalne Strategie Rozwoju gmin Borów Niemodlińskich  
na rok 2024 – aktualizacja grudzień 2024

Lp.	Działanie	Grupa docelowa	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji	Efekty działań	Budżet w euro
1	Upowszechnienie wśród społeczności LGD wiedzy o LSR, jej głównych celach i kierunkach interwencji, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR	Ogół społeczeństwa	- strona www  - media społecznościowe  - media  - punkt informacji w biurze LGD  - spotkania informacyjne	- liczba stron www: 1 - liczba wpisów na stronie www: 20  - liczba wpisów/materiałów w mediach społecznościowych: 20  - liczba działań informacyjnych: 1  - liczba materiałów informacyjnych: 1 - nakład materiałów informacyjnych: 2500  - liczba spotkań : 1 - liczba uczestników spotkań: 15	Zwiększenie wiedzy o LGD i o LSR, jej głównych celach i kierunkach interwencji, zasadach przyznawania dofinansowania za pośrednictwem poszczególnych środków przekazu- % mieszkańców deklarujących zdobycie wiedzy o LGD z poszczególnych środków przekazu: - 40% strona www, - 40% media społecznościowe - 30% media tradycyjne - 30% punkt informacji w biurze - 30% spotkania informacyjne	<b>1000 euro</b>

Lp.	Działanie	Grupa docelowa	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji	Efekty działań	Budżet w euro
2	Zapewnienie rzetelnej i aktualnej wiedzy wnioskodawcom, w tym grantobiorcom o głównych zasadach i warunkach aplikowania o pomoc finansową i realizacji operacji/grantów.	Potencjalni beneficjenci, beneficjenci	- mailing	- liczba adresów e-mail w bazie: 200 - liczba wysłanych maili: 5	Zdobycie wiedzy i umiejętności do napisania wniosku o przyznanie pomocy: % wnioskodawców w tym grantobiorców deklarujących przydatność narzędzia i jego skuteczność przy pozyskiwaniu wiedzy koniecznej do napisania wniosku o przyznanie pomocy: - 30% mailing - 50% doradztwo	Koszty w ramach zatrudnienia pracowników
			- doradztwo	- liczba osób/podmiotów korzystających z doradztwa: 30		
3	Włączanie grup defaworyzowanych we wdrażane LSR i realizowanie operacji oraz działania informacyjne, promocyjne i edukacyjne.	Ogół mieszkańców, potencjalni beneficjenci, beneficjenci	- informacje przesłane do zamieszczenia w ogłoszeniach parafialnych	- liczba informacji: 1	Zwiększenie wiedzy o możliwościach wsparcia w ramach LSR osób z grup w niekorzystnej sytuacji : % osób deklarujących pozyskanie wiedzy za pośrednictwem poszczególnych narzędzi: - 10% ogłoszenia parafialne - 10% gazetki gminne - 10% Urząd Pracy - 10% ARIMR i OZRiOS	Koszty w ramach zatrudnienia pracowników
			- ogłoszenia w gazetkach gminnych	- liczba informacji: 2		
			- mailing z Urzędami Pracy	- liczba informacji: 1		
			- mailing z Powiatowymi Centrami Pomocy Rodzinie	- liczba informacji: 1		



Lp.	Działanie	Grupa docelowa	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji	Efekty działań	Budżet w euro
			- mailing z ARIMR oraz Opolskim Związkiem Rolników i Organizacji Społecznych (OZRiOS)	- liczba informacji: 1		