

Harmonogram realizacji planu komunikacji dla LGD „Region Sanu i Trzebońnicy” na 2017 rok

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunik.	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki	Planowane efekty
W I połowie 2017	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR – działania informacyjne	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	Ogłoszenia w telewizji lokal. obejm. obszar LGD	1 szt.	Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców LGD nt. LSR, jej głównych celów, zasad przyznawania dofinansowania oraz typów operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR
				Organizacja konferencji prasowej	1 szt.	
				Artykuły na stronie internetowej LGD oraz gmin z LGD	2 szt.	
				Ogłoszenia, plakaty informacyjne na tablicach informacyjnych w instytucjach publicznych	1 komplet	
				Materiały informacyjne w prasie obejmującej obszar LSR	1 szt.	
				Ulotki informacyjne dystrybuowane na obszarze LGD.	1 komplet	
		Kamp informacyjna nt. głównych założeń LSR – kontakt bezp.	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	Informacje na portalach społecznościowych	1 szt.	
W I połowie 2017	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach ogłoszonych konkursów o naborach wniosków	Kampanie informacyjne dotyczące zasad aplikowania zgodnie z regulaminem konkursów w ramach LSR	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	Ogłoszenia w lokalnej telewizji kablowej obejmującej zasięgiem obszar LGD	1 szt.	Podniesienie wiedzy potencjalnych wnioskodawców na temat ogłoszonych konkursów a tym samym zwiększenie zainteresowania uczestnictwem w ogłaszanych konkursach.
				Artykuły na stronie internetowej LGD oraz gmin z LGD	1 szt.	
				Organizacja konferencji prasowych	1 szt.	
				Ogłoszenia, plakaty informacyjne na tablicach informacyjnych w instytucjach publicznych.	1 komplet	
				Materiał informacyjne w prasie obejmującej obszar LSR.	1 szt.	
				Ulotki informacyjne dystrybuowane na obszarze LGD	1 komplet	
				Informacje na portalach społecznościowych	1 szt.	
				Powołanie punku informacyjnego w biurze LGD	1 szt.	

W II połowie 2017	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD	Badanie satysfakcjonujące wnioskodawcę dot. świadczonej przez LGD.	Beneficjenci operacji	Ankiety oceniające poziom satysfakcji z działań informacyjnych i doradczych	40 szt.	Uzyskanie informacji zwrotnej od bezpośrednich beneficjentów LSR, która ułatwi monit. i ewaluację działania.
2017	Podniesienie świadomości społecznej znaczenia przedsiębiorczości w rozwoju gospodarczym obszaru i sprzyjającemu procesom włączenia społecznego	Kampania promocyjna wspierając realizację celu ogólnego I LSR	Funkcjonujący przedsiębiorcy, potencjalni przedsiębiorcy, rolnicy zamierzający otworzyć działalność gospodarczą.	Kampanie informacyjne	1 szt.	Wzrost liczby przedsięwzięć gospod., w tym turystycznych. Rozwój istniejących przedsiębiorstw. Zwiększenie poziomu zatrudnienia. Aktyw społeczności lokalnej w podejm. przedsięwzięć.
				Informacja publiczna	1 szt.	
				Szkolenia, seminaria, konferencje, warsztaty tematyczne	2 szt.	
				Spotkania bezpośrednie	1 szt.	
				Porady indywidualne	10 szt.	
			grupy osób defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy	Spotkania w siedzibach PUP	1 szt.	Włączenie społeczne grup defaworyzowanych do aktywnego uczestnictwa w działaniach LGD
				Spotkania w szkołach	2 szt.	
				Doradztwo indywidualne pracowników Biura LGD	20 szt.	
				Informacja na gminnych spotkaniach organizacji pozarządowych	2 szt.	
				Szkolenia dla grupy defaworyzowanej	1 szt.	
				Informacje na gminnych spotkaniach z sołtysami	2 szt.	
2017	Poszerzanie świadomości społeczności lokalnej o walorach turystycznych i przyrodniczych obszaru	Kampania promocyjna wspierająca realizację celu ogólnego II LSR	Mieszkańcy, organizacje pozarządowe; inwestorzy, turyści, wytwórcy produktów lokal, inne podmioty gospodarcze zajmujące się produkcją lokalną i usługową	Kampanie informacyjne i promocyjne z użyciem dostępnych mediów	1 szt.	Wzrost zainteresowania lokalnym dziedzictwem kulturowym i przyrodniczym. Popularyzacja obszaru realizacji LSR jako m. atrakcyjnego turystycznie.
				Materiały promocyjne	1 szt.	
				Szkolenia, warsztaty temat.	1 szt.	
				Imprezy promujące region i produkty lokalne	2 szt.	
			Wydarzenia turystyczne	1 szt.		