|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **I** | **II** | **III** | **IV** | **V** | **VI** | **VII** | **VIII** | **IX** |
| **1.**  **TERMIN REALIZACJI** | **NAZWA DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNEGO** | **ZAKŁADANY WSKAŹNIK** | **BUDŻET** | **ADRESACI DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNEGO** | **ŚRODKI/NARZĘDZIA KOMUNIKACJI/PRZEKAZU** | **PLANOWANE EFEKTY DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH** | **UZASADNIENIE**  **ADEKWATNOŚCI DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH I ŚRODKÓW PRZEKAZU DO CELÓW I WSKAŹNIKÓW REALIZACJI TYCH DZIAŁAŃ** | **UZASADNIENIE**  **ADEKWATNOŚCI PLANOWANYCH EFEKTÓW DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH DO BUDŻETU TYCH DZIAŁAŃ** |
| **2.**  **III**  **KWARTAŁ 2017** | Kampania informacyjna zorganizowana na terenie gmin objętych LSR | 1 – liczba opublikowanych komunikatów informacyjnych na stronach internetowych LGD i partnerów | bezkosztowo | ogół mieszkańców | strony internetowa LGD i partnerów | Poinformowanie społeczności lokalnej o zasadach realizacji LSR, zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD | Wykorzystanie narzędzie jakim są strony internetowe i wyslanie 1 komunikatu umożliwia poinformowanie w krótkim czasie dużej części społeczeństwa o działalności LGD | bezkosztowo |
| **3.**  **I**  **KWARTAŁ**  **2017** | Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności LGD | 1 - Liczba wydanych wydawnictw promocyjnych | 13650,00 - Wydawnictwo promocyjne - mapa wyrywana obszaru LGD wraz z atrakcjami, klejona w blokach po 100 sztuk, nakład 20000 sztuk  papier 135 gram, druk obustronny kolorowy.  Zgodnie z przedsięwzięciem 1.2.2. liczba rodzajów wydanych materiałów informacyjnych str. 70 w LSR | Ogół mieszkańców | stoiska promocyjne, wydarzenia promocyjne | Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD | Wydanie 1 materiału promocyjnego w postaci mapy obszaru doskonale wpisuje się w utrzymanie dobrego wizerunku, rozpoznawalności LGD oraz informowaniu o obszarze. | Założony budżet policzony na podstawie rozeznanie cenowego jest racjonalny i uzasadniony do planowanych efektów działań. Planowany nakład mapy ( 20 000 )pozwoli na poinformowanie dużej ilości osób o obszarze LGD. |
| **4.**  **II, IV**  **KWARTAŁ**  **2017** | Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności LGD | 2 - Liczba wydarzeń promocyjnych | 1500 zł. W 2017 roku LGD weźmie udział w dwóch wydarzeniach promocyjnym w postaci np. targów. Koszt obejmuje koszt transportu oraz opłatę za stoiska. Zgodnie z przedsięwzięciem 1.2.2. - liczba wydarzeń promocyjnych str. 69 w LSR | Ogół mieszkańców | Wydarzenia promocyjne | Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD | Udział w 2 wydarzeniach promocyjnych doskonale wpisuje się w utrzymanie dobrego wizerunku, rozpoznawalności LGD oraz informowaniu o obszarze. | Udział w wydarzeniach promocyjnych jest niezbędny dla wzrostu rozpoznawalności LGD. Koszty założone w tym punkcie są niezbędne i racjonalne dla osiągnięcia tego celu. |
| **5.**  **I, II KWARTAŁ 2017** | Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności LGD | 2 - Liczba wysłanych informacji emailem do potencjalnych wnioskodawców | bezkosztowo | potencjalni wnioskodawców | mailing do potencjalnych wnioskodawców | Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD | Wysłanie 2 informacji drogą mailową wpływa na utrzymanie dobrego wizerunku wśród potencjalnych wnioskodawców. | bezkosztowo |
| **6.**  **I, III KWARTAŁ 2017** | Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności LGD | 2 -Liczba zamieszczonych ogłoszeń na stronie internetowej LGD i partnerów | bezkosztowo | Ogół mieszkańców | strona internetowa LGD i partnerów | Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD | Zamieszczenie 2 informacji wpływa na utrzymanie dobrego wizerunku wśród potencjalnych wnioskodawców. | bezkosztowo |
| **7.**  **I, II, III, IV**  **KWARTAŁ 2017** | Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach, trybie i procedurze ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji, dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania oraz poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD | 50 - Liczba udzielonego doradztwa indywidualnego w biurze LGD w formie bezpośredniej i pośredniej | bezkosztowo | przedstawiciele NGO i JST, osoby chcące założyć działalność gospodarczą | Komunikacja bezpośrednia, komunikacja telefoniczna, komunikacja e-mailowa | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i składania wniosków na operacje w ramach LSR. | Udzielenie doradztwa 50 potencjalnym wnioskodawco pozwoli na przekazanie informacji o terminach, trybie i procedurze ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji, dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania oraz poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD | bezkosztowo |
| **8.**  **II, III, IV**  **Kwartał** | Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach, trybie i procedurze ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji, dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania oraz poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD | 2 - Liczba zorganizowanych spotkań w formie bezpośredniej | 200 zł. W ramach naborów planuje się 2 szkoleń związanych z realizacją tego zadania (zasady, realizacja działań i rozliczanie . Koszt obejmuje poczęstunek oraz dojazd pracowników na szkolenia. Zgodnie z przedsięwzięciem 1.2.2. - liczba spotkań informacyjno - konsultacyjnych | Potencjalni wnioskodawcy | Komunikacja bezpośrednia | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i składania oraz rozliczaniawniosków na operacje w ramach LSR. | Podczas 2 spotkań w formie bezpośredniej potencjalni wnioskodawcy zostaną poinformowani o możliwościach w ramach działania 19.2 | Dla osiągnięcia zakładanego efektu należy ponieść racjonalnie oszacowane koszty związane z dojazdem. Ponad to spotkanie będzie trwało 3 godziny dlatego planuje się poczęstunek. |
| **9.**  **II, III**  **Kwartał** | Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach, trybie i procedurze ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji, dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania oraz poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD | 2 - Liczba opublikowanych postów na stronie LGD i partnerów | bezkosztowo | Potencjalni wnioskodawcy | strona internetowa LGD i partnerów | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i składania wniosków na operacje w ramach LSR. | Umieszczenie 2 postów na stornie LGD i partnerów pozwoli na poinformowani o możliwościach w ramach działania 19.2 | bezkosztowo |
| **10.**  **II, III , IV**  **Kwartał** | Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach, trybie i procedurze ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji, dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania oraz poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD | 3 - Liczba ogłoszeń w lokalnych mediach | 700 zł. - Koszt ogłoszenia w lokalnych mediach dwóch informacji tj. terminu szkoleń oraz terminów naborów Zgodnie z przedsięwzięciem 1.2.2. - liczba ogłoszeń w prasie | Potencjalni wnioskodawcy | Ogłoszenia w lokalnych mediach | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i składania wniosków na operacje w ramach LSR. | Zamieszczenie 3 ogłoszeń w lokalnych mediach pozwoli na poinformowani o możliwościach w ramach działania 19.2 | Dla osiągnięcia zakładanego efektu należy ponieść racjonalnie oszacowane koszty związane z ogłoszeniem informacji na temat terminu i naboru na poszczególne działania. |
| **11.**  **II, IV**  **Kwartał** | Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach, trybie i procedurze ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji, dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania oraz poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD | 2 - Liczba wydrukowanych rodzajów plakatu | 200 zł. - Koszt dwóch rodzajów plakatów dotyczących terminu szkoleń oraz terminów naborów Zgodnie z przedsięwzięciem 1.2.2. - liczba rodzajów wydanych materiałów informayjnych | Potencjalni wnioskodawcy | plakaty | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i składania wniosków na operacje w ramach LSR. | Wydrukowanie 2 rodzajów plakatów pozwoli na poinformowani o możliwościach w ramach działania 19.2 | W celu poinformowania potencjalnych wnioskodawców o możliwościach dotyczących naboru za pomocą plakatów należy ponieść koszt wydruku plakatów oszacowany racjonalnie. |
| **12.**  **II, III**  **Kwartał** | Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach, trybie i procedurze ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji, dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania oraz poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD | 2 - Liczba informacji emailowych wyslanych do potencjalnych wnioskodawców | bezkosztowo | Przedstawiciele NGO i JST | mailing do potencjalnych wnioskodawców | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach, technicznych aspektach realizacji i składania wniosków na operacje w ramach LSR. | Wysłanie informacji drogą mailową daje możliwość szybkiego i celowego przekazania informacji odpowiedniej grupie beneficjentów | bezkosztowo |
| **13.**  **II**  **Kwartał** | Aktualizacja LSR | 1 - Liczba zorganizowanych spotkań w formie bezpośredniej | 100 zl. - koszt zakupu poczęstunku na spotkanie warsztatowe. Zgodnie z przedsięwzięciem 1.2.2. - liczba spotkań informacyjno - konsultacyjnych | Ogół mieszkańców | Spotkanie w formie bezpośredniej | Włączenie społeczności i zwiększenie zainteresowanie mieszkańców działalnością LGD | Aktualizacja LSR podczas bezpośredniego spotkania z mieszkańcami pozwoli na włączenie społeczności w zaangażowanie LGD. | W związku z tym, że spotkanie będzie trwało ok. 3 godzin LGD zakupi poczęstunek. |

**HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI**

**NAZWA LGD: Stowarzyszenie LGD Kwiat Lnu**