##  PLAN KOMUNIKACJI

|  |
| --- |
| **Działania komunikacyjne, odpowiadające im środki przekazu oraz zidentyfikowani adresaci** **poszczególnych działań komunikacyjnych:** |
| **Termin** | **Cel komunikacji** | **Nazwa działania komunika-cyjnego** | **Adresaci działania komunika-cyjnego (grupy docelowe)** | **Środki przekazu** |
| I połowa 2016 r. | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2016-2023 (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR). | Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2016-2023 | wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy,organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD  | * rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną,
* informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD
* informacje na oficjalnych stronach internetowych gmin obszaru LGD,
* ogłoszenia na portalach społecznościowych (przede wszystkim Facebook),
* ogłoszenia siedzibach instytucji publicznych (urzędy, GOK),
* organizacja spotkań informacyjno-konsultacyjnych na obszarze LGD,
* artykuł w prasie lokalnej.
* Konferencja
 |
| II połowa 2016 r. | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych) | Kampania informacyjna nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD | wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru | * rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną,
* informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD
* organizacja spotkań informacyjno-konsultacyjnych
 |
| II połowa 2016 r./ do końca realizacji LSR | Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów. | Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów | Beneficjenci oraz projektodawcy | * spotkania, szkolenia, doradztwo indywidualne,
* punkt informacyjno – konsultacyjny w siedzibie LGD
 |
| I połowa 2018 r. (i w kolejnych latach zgodnie z planem działania) | Zapewnianie szerokiej akceptacji i zaangażowania społecznego dla działań rozwojowych i kierunków rozwojowych realizowanych przy pomocy LSR  | Prezentacja projektów realizowanych i zrealizowa-nychInformacja na temat możliwości włączenia się do realizowanych projektów oraz potencjalnych korzyści | Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)Mieszkańcy obszaru,przedstawiciele grup defaworyzowa-nych, wskazanych w LSR | * publikacja dobrych praktyk projektowych,
* promocja skutecznych działań na oficjalnej stronie internetowej LGD oraz na stronach gmin tworzących obszar LGD,
* artykuł w prasie lokalnej,
* informacje na oficjalnych stronach internetowych gmin obszaru LGD,
* ogłoszenia na portalach społecznościowych (przede wszystkim Facebook),
* ogłoszenia i ulotki w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, GOK),
* udział w imprezach targowo-wystawienniczych
* **Grupy defaworyzowane:**
* bezpośredni kontakt przez pracowników OPS i PUP,
* rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną
* informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD
* informacje na oficjalnych stronach internetowych gmin obszaru LGD,
* ogłoszenia na portalach społecznościowych (przede wszystkim Facebook),
 |
| II połowa 2018 r. (+ po określeniu planu działania dopisane zostaną terminy odpowiadające tamtejszym zapisom) | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie | Badanie opinii i satysfakcji beneficjentów | Beneficjenci | * Ankieta online na oficjalnej stronie LGD,
* Ankiety po doradztwie, szkoleniu
 |