



„Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.

Harmonogram realizacji planu komunikacji w 2016 roku.

Termin	Cele komunikacyjne	Adresaci działań komunikacyjnych	Działania komunikacyjne	Środki przekazu
II połowa 2016r. Projekty współpracy, promocja, aktywizacja, wdrażanie RLKS	Zwiększenie partycypacji mieszkańców i podmiotów z obszaru LGD w realizację LSR.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ mieszkańcy, ➤ liderzy lokalni, ➤ mikroprzedsiębiorcy, ➤ stowarzyszenia, ➤ grupy nieformalne, ➤ rolnicy, 	➤ kampania informacyjna,	• spot reklamowy w radiu
			➤ spotkania informacyjno - konsultacyjne w różnych miejscowościach, także poza siedzibami gmin,	• materiały informacyjno - promocyjne prezentacja multimedialna
			➤ wykorzystanie internetu jako źródła przekazywania informacji,	<ul style="list-style-type: none"> • e-mail • strona www • youtube • facebook
II połowa 2016r. nabory	Przekazanie mieszkańcom i podmiotom z obszaru LGD wiedzy i informacji na temat możliwości realizacji projektów, w tym m.in.: <ul style="list-style-type: none"> • o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, na temat kryterium oceny wniosków i ich interpretacji, • na temat wymogów formalnych określonych przez Instytucję Wdrażającą, • na temat dobrych praktyk osiągniętych w innych regionach kraju lub za granicą (wzmacniających partycypację oraz usprawniających realizację projektów). 	✓ potencjalni beneficjenci,	➤ spotkania informacyjno – konsultacyjne,	• materiały informacyjno - promocyjne prezentacja multimedialna
			➤ doradztwo,	<ul style="list-style-type: none"> • rozmowy telefoniczne • mailowe • indywidualny kontakt w biurze
			➤ szkolenie warsztatowe,	• materiały informacyjno - promocyjne prezentacja multimedialna

<p><i>II połowa 2016r. po zakończeniu naboru</i></p>	<p>Pozyskanie informacji od potencjalnych beneficjentów w zakresie oceny kryteriów wyboru projektów oraz w zakresie oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD.</p>	<p>✓ potencjalni beneficjenci,</p>	<p>➤ badania satysfakcji wśród potencjalnych beneficjentów, ➤ konsultacje indywidualne ,</p>	<p>• ankieta • rozmowy telefoniczne • mailowe</p>
<p><i>II połowa 2016r.</i></p>	<p>Popularyzacja działalności LGD wewnątrz i na zewnątrz obszaru Stowarzyszenia Kraina św. Anny.</p>	<p>✓ mieszkańcy, ✓ inne LGD, ✓ podmioty spoza obszaru LGD, ✓ turyści,</p>	<p>➤ organizacja wydarzenia lokalnego,</p>	<p>• plakat • produkt lokalny</p>
<p><i>II połowa 2016r. w razie konieczności zmian zapisów w LSR, wdrażanie RLKS</i></p>	<p>Konsultowanie z mieszkańcami i podmiotami ewentualnych zmian w LSR .</p>	<p>✓ liderzy lokalni, ✓ organizacje pozarządowe, ✓ przedsiębiorcy, ✓ przedstawiciele instytucji udzielający wsparcia grupom defaworyzowanym,</p>	<p>➤ konsultacje indywidualne bezpośrednie w Biurze LGD – „DZIEŃ OTWARTYCH DRZWI”, ➤ umieszczanie informacji na stronie internetowej, ➤ przekazywanie uwag i propozycji pocztą elektroniczną,</p>	<p>• rozmowy telefoniczne • mailowe • kontakt osobisty • strona internetowa Krainy św. Anny</p>
<p><i>II połowa 2016r.</i></p>	<p>Analiza efektywności działań komunikacyjnych.</p>	<p>✓ adresaci działań komunikacyjnych,</p>	<p>✓ badania online.</p>	<p>• ankiety</p>