Załącznik nr 1 do uchwały nr 10/2016 z dnia 20.07.2016r.  
Zarządu Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania „Dolina Drwęcy”

**HARMONOGRAM PLANU KOMUNIKACJI NA 2016r.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ter-min** | **Cel komunikacji** | **Nazwa działania komunikacyjnego** | **Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)** | **Środki przekazu** | **Wskaźniki działań komunikacyjnych** | |
| **2016** | | | | | | |
| II poł. 2016 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o Lokalnej Strategii Rozwoju, jej głównych celach i zasadach przyznawania dofinansowania, promocja LSR | Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 | - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa) | - ogłoszenia w lokalnej prasie  - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - zaproszenia e-mail do organizacji pozarządowych  - wydarzenie / impreza promocyjna  - ulotki i broszury informacyjne  - zaproszenia na konsultacje dla grup defaworyzowanych | | Liczba ogłoszeń w prasie – 2  Liczba zorganizowanych wydarzeń i imprez promocyjnych – 1  Liczba imprez na terenie obszaru działania, w których uczestniczyła LGD – 6  Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 50\*  Liczba wydrukowanych zaproszeń na konsultacje dla grup defaworyzowanych – 250\*  Liczba zorganizowanych spotkań z przedstawicielami grup defaworyzowanych – 6\*  Liczba przygotowanych broszur informacyjnych – 500  Liczba przygotowanych broszur informacyjnych skierowanych do grup defaworyzowanych – 2500  Liczba przygotowanych ulotek – 400  Liczba przedsięwzięć promocyjnych organizowanych przez LGD (przygotowanie gadżetów) – 5  Liczba wydawnictw i publikacji sfinansowanych przez LGD – 1 |
| * **Lipiec – zakup namiotu wystawienniczego** (przedsięwzięcie promocyjne)**.** * **Lipiec/sierpień – wydanie ulotek, broszur informacyjnych na temat głównych założeń LSR i planowanych naborów wniosków.** * **Lipiec/sierpień – wydanie gadżetów promocyjnych wykorzystywanych podczas spotkań i szkoleń, wydarzeń promocyjnych.** * **Sierpień – ogłoszenia w lokalnej prasie oraz na stronach internetowych i w siedzibach jst zapraszające na imprezę promocyjną.** * **Sierpień/wrzesień – udział w Dożynkach w poszczególnych gminach, podczas których każdy zainteresowany uzyska informacje o głównych założeniach LSR oraz planowanych naborach wniosków.** * **Wrzesień – impreza promocyjna, podczas której otwarty będzie punkt informacyjny LGD, w którym każdy zainteresowany uzyska informacje o głównych założeniach LSR oraz planowanych naborach wniosków.** * **Październik – wydanie publikacji na temat głównych założeń LSR** * **Październik/listopad – konsultacje dla grup defaworyzowanych, wydruk plakatów ogłoszeniowych.** * **Listopad – ogłoszenia w lokalnej prasie oraz na stronach internetowych i w siedzibach jst dotyczące głównych założeń LSR oraz planowanych naborów wniosków.** | | | | | | |
| II poł. 2016 | Przekazanie informacji o ogłoszeniu konkursu/konkursów tematycznych na wybór operacji do dofinansowania | Kampania informacyjna nt. ogłoszonego konkursu/konkursów | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w lokalnej prasie  - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  Ogłoszenia dotyczą zarówno konkursu jak również harmonogramu spotkań szkoleniowych w zakresie przygotowania dokumentacji aplikacyjnej | Liczba ogłoszeń w prasie – 2  Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 150 | |
| * **Październik – ogłoszenia w lokalnej prasie oraz na stronach internetowych i w siedzibach jst dotyczące harmonogramu spotkań szkoleniowych w zakresie przygotowania dokumentacji aplikacyjnej, wydruk plakatów ogłoszeniowych.** * **Listopad/grudzień – ogłoszenia w lokalnej prasie oraz na stronach internetowych i w siedzibach jst zapraszające do składania wniosków w ramach ogłoszonego naboru, wydruk plakatów ogłoszeniowych.** | | | | | | |
| II poł. 2016 | Zapewnienie informacji dla potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR | Spotkania szkoleniowe dot. ogłoszonych konkursów | - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych | - ogłoszenia w siedzibach JST  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - spotkania szkoleniowe w gminach  - broszura informacyjna  - zaproszenia na konsultacje dla grup defaworyzowanych  - prezentacje pracowników Biura LGD | Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 50\*  Liczba wydrukowanych zaproszeń na konsultacje dla grup defaworyzowanych – 250\*  Liczba zorganizowanych spotkań przedstawicielami grup defaworyzowanych – 6\*  Liczba zorganizowanych spotkań (szkolenia) – 6  Liczba zorganizowanych spotkań informacyjnych w Gminach – 36 | |
| * **Październik – ogłoszenia w lokalnej prasie oraz na stronach internetowych i w siedzibach jst dotyczące harmonogramu spotkań szkoleniowych w zakresie przygotowania dokumentacji aplikacyjnej, wydruk plakatów ogłoszeniowych** (wskaźniki określone w celu komunikacyjnym II – Kampania informacyjna)**.** * **Październik/listopad – konsultacje dla grup defaworyzowanych, wydruk plakatów ogłoszeniowych** * **Październik/listopad – szkolenia w poszczególnych Gminach** **dotyczące przygotowania dokumentacji aplikacyjnej, w tym głównych zasad interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, omówienie preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR, wydruk plakatów ogłoszeniowych.** * **Dyżur pracownika LGD raz w miesiącu w poszczególnych gminach.** | | | | | | |
| II poł. 2016 | Aktywizacja przedstawicieli grup wykluczonych i defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy poprzez wsparcie w procesie pozyskiwania dotacji oraz zachętę do udziału w projektach grantowych | Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014-2020 | - grupy defaworyzowane oraz osoby zagrożone wykluczeniem społecznym | - ulotki i broszury rozdawane w siedzibach instytucji: Powiatowy Urząd Pracy, miejskie i gminne ośrodki pomocy społecznej i inne ośrodki i instytucje związane z usługami społecznymi, ODR  - ogłoszenie na stronie www LGD i JST  - spotkania dla grup defaworyzowanych w gminach | Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 50\*  Liczba wydrukowanych zaproszeń na konsultacje dla grup defaworyzowanych – 250\*  Liczba zorganizowanych spotkań przedstawicielami grup defaworyzowanych – 6\*  Liczba spotkań informacyjnych dla mieszkańców w Powiatowym Urzędzie Pracy – 6 | |
| * **Lipiec/sierpień – wydanie ulotek, broszur informacyjnych na temat głównych założeń LSR i planowanych naborów wniosków** (wskaźniki określone w celu komunikacyjnym I – Kampania informacyjna)**.** * **Lipiec/sierpień – wydanie gadżetów promocyjnych wykorzystywanych podczas spotkań i szkoleń, wydarzeń promocyjnych** (wskaźniki określone w celu komunikacyjnym I – Kampania informacyjna)**.** * **Październik/listopad – konsultacje dla grup defaworyzowanych, wydruk plakatów ogłoszeniowych.** * **Dyżur pracownika LGD raz w miesiącu w Powiatowym Urzędzie Pracy.** | | | | | | |
| II poł. 2016 | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy | Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości świadczonej przez LGD pomocy na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy | - wnioskodawcy oraz beneficjenci pomocy na różnych etapach realizacji operacji w ramach LSR | - ankiety elektroniczne rozsyłane do wnioskodawców  - ankiety w wersji papierowej dla osób, które nie korzystają/nie posiadają poczty email | Liczba wypełnionych ankiet – informacji zwrotnych od przedstawicieli grup de faworyzowanych – 80  Liczba wypełnionych ankiet – informacji zwrotnych od uczestników spotkań – 140 | |
| * **Przez cały okres bezpłatne doradztwo w Biurze LGD połączone z badaniem satysfakcji wnioskodawców (badanie zostanie powtórzone po wyborze operacji do dofinansowania)** * **Listopad – ogłoszenie naboru wniosków.** * **Grudzień – przyjmowanie wniosków.** | | | | | | |

\*wszystkie cele komunikacji dotyczące grup defaworyzowanych zostaną spełnione podczas spotkań organizowanych specjalnie dla przedstawicieli tych grup w terminie październik/listopad, wszystkie wskaźniki odnoszące się do przedstawicieli grup defaworyzowanych są liczone tylko raz pomimo ujęcia ich  
w poszczególnych celach komunikacyjnych (liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych, liczba wydrukowanych zaproszeń na konsultacje dla grup defaworyzowanych, liczba zorganizowanych spotkań z przedstawicielami grup defaworyzowanych).