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 – 2Liczba 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 – 500Liczba przygotowanych broszur informacyjnych skierowanych do grup defaworyzowanych – 2500Liczba 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 informacjeo 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 JSTOgłoszenia 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 szkoleniowychw 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 szkoleniowychw 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).