|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Termin | | Cel komunikacji | | Działanie komunikacyjne | | Adresaci | | Środki/narzędzia komunikacji | | Wskaźniki | | Planowane efekty | |
| I połowa 2018 | | Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD | | Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD | | Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji | | Ankieta dla wnioskodawców | | Minimum 100 osób korzystających z doradztwa i oceniających jakość pomocy świadczonej przez LGD | | Uzyskanie informacji  zwrotnej dotyczącej  satysfakcji z  otrzymywanego  wsparcia w przygotowywaniu  wniosków | |
| Informowanie i aktywizowanie oraz edukacja liderów wiejskich | | Uruchomienie szkoły liderów wiejskich | | Organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych minimum 5 osób | | Warsztaty | | 20 liderów wiejskich ukończy szkołę liderów | | Wzrost aktywności społecznej na wsiach poprzez działalność liderów wiejskich. | |
| Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej celach, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR, procedurach oceny i wyboru operacji  Poinformowanie potencjalnych beneficjentów na temat założeń i możliwości skorzystania ze środków LEADER w ramach 1 i 2 celu LSR.  Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków w celu 1 i 2 oraz o terminach przyjmowania wniosków aplikacyjnych  Poinformowanie o szkoleniach realizowanych w ramach naborów. | | Kampania informacyjna  Spotkania Informacyjno konsultacyjne, dotyczące zasad  opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia | | Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane | | |  | | --- | | Artykuły w prasie lokalnej, lokalnych mediach;  Artykuły na portalach społecznościowych  Artykuły na portalach LGD i UG;  Poczta elektroniczna (baza danych potencjalnych wnioskodawców )  Utworzenie punktu  informacyjnego podczas  imprez na terenie LGD  Spotkania bezpośrednie, prezentacje, materiały informacyjne  Ogłoszenia, plakaty  informacyjne na  tablicach informacyjnych  Ulotka informacyjna  dystrybuowana na  obszarze LGD | |  | |  | | | 2 artykuły w prasie i lokalnych mediach  5 artykułów na portalach społecznościowych  5 artykułów na portalach LGD i UG  Minimum 5 maili przekazanych do adresatów z bazy danych LGD  Uczestnictwo w 2 imprezach na terenie LGD  Organizacja 2 spotkań informacyjnych.  3 ogłoszenia lub plakaty informacyjne umieszczone na tablicy  500 ulotek dystrybuowanych podczas imprez, spotkań oraz w biurze LGD | | Mieszkańcy obszaru  LGD podniosą  poziom wiedzy nt.  LSR, jej głównych  celów, zasad przyznawania  dofinansowania oraz  typów operacji, które  będą miały największe szanse  wsparcia z budżetu  LSR  Zwiększy się partycypacja lokalnej społeczności w  realizacji LSR. Podniesienie wiedzy potencjalnych  wnioskodawców nt.  ogłoszonych konkursów  Przygotowanie  Wniosków aplikacyjnych w  odpowiedzi na ogłoszone konkursy | |
| II połowa 2018 | | Konsultacja z lokalną  społecznością obszaru  LSR zapisów LSR,  dokumentów  powiązanych oraz  sposobu wdrażania LSR | | Weryfikacja zapisów  LSR i dokumentów  powiązanych | | Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji, mieszkańcy, grupy defaworyzowane. | | Ankieta dla wnioskodawców | | Minimum 100 osób korzystających z doradztwa i oceniających jakość pomocy świadczonej przez LGD | | Uzyskanie informacji  zwrotnej dotyczącej  satysfakcji z otrzymywanego  wsparcia w przygotowywaniu  wniosków | |