|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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 informacjizwrotnej dotyczącejsatysfakcji z otrzymywanegowsparcia w przygotowywaniuwniosków |
| 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 punktuinformacyjnego podczasimprez na terenie LGDSpotkania bezpośrednie, prezentacje, materiały informacyjne Ogłoszenia, plakatyinformacyjne natablicach informacyjnychUlotka informacyjnadystrybuowana naobszarze LGD |
|  |
|  |

 | 2 artykuły w prasie i lokalnych mediach 5 artykułów na portalach społecznościowych5 artykułów na portalach LGD i UGMinimum 5 maili przekazanych do adresatów z bazy danych LGDUczestnictwo w 2 imprezach na terenie LGDOrganizacja 2 spotkań informacyjnych.3 ogłoszenia lub plakaty informacyjne umieszczone na tablicy500 ulotek dystrybuowanych podczas imprez, spotkań oraz w biurze LGD | Mieszkańcy obszaruLGD podniosąpoziom wiedzy nt.LSR, jej głównychcelów, zasad przyznawaniadofinansowania oraztypów operacji, którebędą miały największe szansewsparcia z budżetuLSRZwiększy się partycypacja lokalnej społeczności wrealizacji LSR. Podniesienie wiedzy potencjalnychwnioskodawców nt.ogłoszonych konkursówPrzygotowanieWniosków aplikacyjnych wodpowiedzi na ogłoszone konkursy |
| II połowa 2018  | Konsultacja z lokalnąspołecznością obszaruLSR zapisów LSR,dokumentówpowiązanych orazsposobu wdrażania LSR | Weryfikacja zapisówLSR i dokumentówpowiązanych | 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 informacjizwrotnej dotyczącejsatysfakcji z otrzymywanegowsparcia w przygotowywaniuwniosków |