Harmonogram planu komunikacji na rok 2018

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **KAMPANIA INFORMACYJNA NT. ZAŁOŻEŃ LSR NA LATA 2014-2020** | | | | | **I półrocze** | **II półrocze** |
| **Adresaci działania**  **komunikacyjnego (grupy docelowe)** | **Mieszkańcy obszaru, wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy i rybacy, organizacje pozarządowe, grupy nieformalne, młodzież, seniorzy, kobiety, media** | | | |
| **Forma komunikacji / środki przekazu** | **Wskaźnik** | **Skala efektów działań** | **Planowane efekty działań**  **komunikacyjnych** | **Sposób i częstotliwość**  **pomiaru** |
| Ogłoszenia radiowe np. w radio Kaszebe | 2 kampanie radiowe w latach 2016-2020 | - | Mieszkańcy obszaru podniosą  poziom wiedzy nt.  LSR, jej głównych  celów, zasad przyznawania  dofinansowania oraz kierunków alokacji LSR | Na bieżąco w okresie realizacji zadania na podstawie ankiet i kart doradztwa korzystających z usług doradczych | - | - |
| Artykuły/informacje na stronie internetowej PLGR i członków PLGR oraz uruchomienie zakładki „pytania i odpowiedzi” na www.plgr.pl | Zamieszczenie min. 5 artykułów | Min. 500 osób zapozna się z informacjami | X | X – daty |
| Newsletter PLGR | Wygenerowanie  przynajmniej 1 emisji newsletteru w półroczu | Min. 100 osób zapozna się z informacjami | Zwiększy się  partycypacja lokalnej społeczności w  realizacji LSR oraz integracja PLGR | Na bieżąco w okresie realizacji zadania – liczba kont | X | X – daty |
| Media społecznościowe: | Zamieszczenie co najmniej 20 wpisów | Min. 1000 osób zapozna się z informacjami | Bieżące śledzenie  wpisów na portalach społecznościowych | X | X – sprawdzić |
| Udział w imprezach na terenie PLGR – punkt informacyjny/gadżety | Udział w min. 4 wydarzeniach | Min. 200 osób odwiedzi stoisko/punkt PLGR | Sprawozdania / notatki pracowników biura z rozmów | X | X – daty 2 półrocze PUP |
| Szkolenia i spotkania informacyjne dla potencjalnych beneficjentów w biurze PLGR , w tym dla rybaków | Organizacja min 1 spotkania dla każdego terminu naborów | Min. 50 osób zapozna się z informacjami | Podniesienie wiedzy potencjalnych  wnioskodawców nt. ogłoszonych  konkursów oraz zasad aplikowania. | Na bieżąco w okresie realizacji zadania na podstawie ankiet i kart doradztwa korzystających | X | - |
| Artykuły w prasie lokalnej | Zamieszczenie min. 1 artykułu w półroczu | Nakład prasy – min. 5000 | X | - |
| Punkt informacyjno - doradczy w każdej gminie objętej LSR / wsparcie doradcze zainteresowanych | Realizacja zadania  w gminach dla każdego naboru wniosków | Min. 6 spotkań informacyjnych na obszarze | Przygotowanie  Poprawnych wniosków  aplikacyjnych w  odpowiedzi na  ogłoszone konkursy i projekty grantowe, włączenie różnych grup w realizację LSR, w tym przedstawicieli grup defaworyzowanych | Na bieżąco w okresie realizacji zadania – ankiety, karty doradztwa | X | X – daty |
| Doradztwo w biurze PLGR – bezpośrednie konsultacje | Funkcjonowanie Biura dla interesantów, codziennie w godzinach pracy | 5 dni funkcjonowania doradztwa w godzinach pracy biura | Na bieżąco w okresie realizacji zadania – ankiety, karty doradztwa | X | X – ok |
| Materiały promocyjne | Min. 1 ulotka informacyjna  dystrybuowana na obszarze w latach 2016 - 2022 | - | Bieżąca analiza  prowadzonych  działań | - | - |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **INFORMOWANIE O REZULTATACH REALIZACJI LSR NA OBSZARZE PLGR.**  **ORAZ ZAPEWNIENIE ODPOWIEDNIEJ WIZUALIZACJI EFEKTÓW REALIZACJI LSR .** | | | | | | | **I półrocze** | **II półrocze** | |
| **Adresaci działania**  **komunikacyjnego**  **(grupy docelowe)** | | **Ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci oraz media** | | | | |
| **Forma komunikacji / środki przekazu** | | **Zakładane wskaźniki** | **Skala efektów działań** | | **Planowane efekty działań**  **komunikacyjnych** | **Sposób i częstotliwość**  **pomiaru** |
| Mapa projektów zrealizowanych w ramach LSR | | Zamieszczenie na stronie min. 70 % zrealizowanych projektów | - | | Podniesienie wiedzy mieszkańców i odwiedzających obszar z korzyści wynikających z kompleksowej realizacji wielofunduszowej LSR na obszarze PLGR | Na bieżąco w okresie realizacji na podstawie licznika odwiedzin strony | - | X – analiza co zrobić ?! | |
| Spotkania dot. podsumowania realizacji LSR | | Organizacja min 1 spotkania  ( rok 2021/2022 ) | - | | - | - | |
| Artykuły w prasie lokalnej | | Zamieszczenie min. 1 artykułu podsumowującego zrealizowane projekty w latach 2018 – 2022 | - | | - | - | |
| Materiały informacyjne i promocyjne | | Min. 1 publikacja informacyjna  dystrybuowana na obszarze promująca projekty zrealizowane w ramach LSR | - | | Bieżąca analiza  prowadzonych  działań | - | - | |
| Informowanie społeczności lokalnej za pomocą oznaczeń zawierających logotyp PLGR oraz informację o współfinansowaniu z LSR | | Oznaczenie około 50 % zrealizowanych projektów udostępnionymi przez PLGR materiałami | - | | Utrwalenie spójnego systemu identyfikacji projektów zrealizowanych za pośrednictwem LSR | Bieżąca analiza projektów | - | X – przygotować naklejki i promocyjnie pod koniec roku | |
| **BADANIE DOT. REALIZACJI LSR, ZASAD WDRAŻANIA LSR ORAZ JAKOŚCI POMOCY ŚWIADCZONEJ NA ETAPIE PRZYGOTOWYWANIA WNIOSKÓW.** | | | | | | | **I półrocze** | | **II półrocze** |
| **Adresaci działania**  **komunikacyjnego**  **(grupy docelowe)** | **Ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci** | | | | | |
| **Forma komunikacji / środki przekazu** | **Zakładane wskaźniki** | | **Skala efektów działań** | **Planowane efekty działań**  **komunikacyjnych** | | **Sposób i częstotliwość**  **pomiaru** |
| Ankiety on-line na www.plgr.pl dot. wdrażania LSR | Przeprowadzenie co najmniej 1 ankiety w okresów realizacji LSR 2016 – 2018 oraz 2019 - 2021 | | - | Uzyskanie informacji od społeczności dot. zapisów LSR oraz wdrożenie korekt zwiększających efektywność wydatkowanych środków LSR oraz jakości | | Na bieżąco w okresie realizacji LSR | - | | X – sprawdzić ankiety na stronie / ew przygotować w oparciu o jakiś formularz on-line / face. |
| Otwarte debaty konsultacyjnych w siedzibie PLGR | Przeprowadzenie 2 debat w roku 2019 i 2021 | | - | - | | - |
| Ankiety szkoleniowe oraz karty doradztwa biura | Liczba ankiet adresowanych do | | 1 ankieta / 1 karta doradztwa | Dostosowania pomocy PLGR do potrzeb społeczności lokalnej w zakresie przygotowywania aplikacji | | X | | X – ok bieżąco |