Harmonogram planu komunikacji na rok 2019

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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 podniosąpoziom 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 |
| Newsletter PLGR | Wygenerowanieprzynajmniej 1 emisji newsletteru w półroczu | Min. 100 osób zapozna się z informacjami | Zwiększy siępartycypacja lokalnej społeczności w realizacji LSR oraz integracja PLGR  | Na bieżąco w okresie realizacji zadania – liczba kont | X | X |
| Media społecznościowe:  | Zamieszczenie co najmniej 20 wpisów  | Min. 1000 osób zapozna się z informacjami | Bieżące śledzenie wpisów na portalach społecznościowych | X | X |
| 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 |
| 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 zadaniaw 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 |
| 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 |
| 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  | - | - |
| 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 informacyjnadystrybuowana 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 | - | - |
| **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 |
| 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 |