**Harmonogram realizacji planu komunikacji w 2018 roku**

**Partnerstwo dla Rozwoju Obszarów Wiejskich Ekonomika – Nauka –Tradycja „PROWENT” Lokalna Grupa Działania**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Termin**  | **Cel działań komunikacyjnych** | **Nazwa działania**  | **Środek przekazu** | **Adresaci**  | **Wskaźniki**  | **Planowane środki w złotych** | **Efekty działań komunikacyjnych** |
| **2018** | -informowanie o treściach przyjętych w LSR, możliwościach dofinansowania, rodzajach konkursów i zasadach przyznawania dotacji-przekazywanie wiadomości na temat pierwszych efektów, spostrzeżeń i ewentualnych trudności we wdrażaniu LSR | **Informowanie** | Media – art. sponsorowanePunkt informacyjny i doradztwo, doradztwo telefoniczneUlotki informacyjne, plakatyStrony internetowe, portale społecznościowe (w tym poczta e-mail)Szkolenia, konferencje, spotkania informacyjne | Potencjalni beneficjenci ze wszystkich grup społecznych | **Ilość wydanych art. sponsorowanych: min. 1 artykułna rok*\**** Przygotowanie artykułu promocyjno – informacyjnego w II połowie roku z założeniem że gminy będą prezentować projekty /inicjatywy (współfinansowane ze środków LEADER) dodatkowo w artykule mogą zostać zamieszczone informacje o działalności LGD. W efekcie powstaje 1 duży artykuł, który zostanie opublikowany jednorazowo lub w 2-3 odcinkach. **Ilość ulotek/ plakatów/ materiałów: nie więcej niż 1 komplet na rok\*** Przygotowanie gadżetów promocyjno – informacyjnych. Do wyboru 1 propozycja: opaski odblaskowe, długopisy, smycze, baloniki itp.**Ilość zorganizowanych wydarzeń, spotkań: min. 1 spotkanie rocznie\***Organizacja konkursu plastycznego dla dzieci (dwa poziomy wiekowe: młodsze dzieci – rysunek, starsze dzieci – fotografia). Możliwa tematyka konkursu: * Moje dziedzictwo kulturalne i historyczne
* Moje miejsce do zabawy (turystyka, rekreacja)
* Ekologia w moim miejscu zamieszkania

Tematyka konkursu obejmuje zarówno elementy strategii już zrealizowane w ramach rozstrzygniętych konkursów jak również elementy przyszłych naborów (tematyka naborów pokrywa się z tematyką konkursu) tym samym mamy zarówno promocję jak i informację. Wygrane i wyróżnione prace zostaną opublikowane na stronie internetowej oraz na Facebooku – będzie to inna niż dotychczas promocja i informacja zarówno o kolejnych działaniach jak i tych zrealizowanych. Koszty do poniesienia: nagrody główne, wyróżnienia, sala, organizacja spotkania i poczęstunek na czas rozdania nagród.**Ilość wejść na stronę www kwartalnie: min. 30\*****Ilość udzielonego doradztwa rocznie min. 30** – dot. informowania | 3 400zł667zł7 800zł | Skuteczne poinformowanie lokalnych społeczności o treści LSR i możliwościach aplikacji o środki, co powinno przełożyć się na ilość i jakość złożonych wnioskówSkuteczne poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o najczęściej pojawiających się błędach, problemach w związku z realizacją poszczególnych projektów, a tym samym poprawa i usprawnienie całego procesu wdrażaniaZachęcenie potencjalnych beneficjentów do składnia wniosków w ramach strategiiUpowszechnienie rezultatów LSR i najlepszych projektów zrealizowanych na obszarze PROWENT |
| **2018** | -rozpropagowanie celów strategii i poszczególnych jej działań, zachęcenie do uczestnictwa w konkursach -wypromowanie najlepszych przedsięwzięć, projektów, pomysłów jak również głównych realizatorów poszczególnych projektów | **Promocja** | Wydarzenia i spotkania promocyjneUlotki, gadżety promocyjneStrony internetowe, portale społecznościowe (w tym poczta e-mail)Media – art. sponsorowane | Szeroko rozumiana społeczność lokalna z obszaru PROWENT, szczególnie osoby aplikujące o środki finansowe w ramach wdrażania LSR |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Cały okres wdrażana** | Monitoring | **Uzyskiwan**i**e informacji zwrotnych** | Strony internetowe, portale społecznościowe (w tym poczta e-mail), telefonKarty monitoringu, ankiety | Osoby szczególnie zaangażowane w realizację LSR oraz IZ | **Ilość wejść na stronę www kwartalnie min 30 (możliwość łączenia z działaniem informowanie i promocja).****Ilość kart monitoringu (100%) wybranych wniosków do realizacji.****Ilość badań ankietowych min.2 na rok.** |  | Zgromadzenie kompletu informacji niezbędnych do przeprowadzenia monitoringu |
| **Cały okres wdrażania** | Badania ewaluacyjne | Strony internetowe (w tym poczta e-mail), telefonAnkiety (w tym ankiety on-line) | Otrzymanie kompletu informacji zwrotnych na temat prowadzonych działań w ramach realizacji LSR i satysfakcji beneficjentów |

**\*UWAGA ! Działania z zakresu informowania i promocji zostały połączone.**