

**HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI na rok 2019**

NAZWA LGD: STOWARZYSZENIE LGD „WRZOSOWA KRAINA”

TERMIN REALIZACJI	NAZWA DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNEGO	ZAKŁADANY WSKAŹNIK	BUDŻET	ADRESACI DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNEGO	ŚRODKI/NARZĘDZIA KOMUNIKACJI/PRZEKAZU	PLANOWANE EFEKTY DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH	UZASADNIENIE ADEKWATNOŚCI DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH I ŚRODKÓW PRZEKAZU DO CELÓW I WSKAŹNIKÓW REALIZACJI TYCH DZIAŁAŃ	UZASADNIENIE ADEKWATNOŚCI PLANOWANYCH EFEKTÓW DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH DO BUDŻETU TYCH DZIAŁAŃ
<b>I KWARTAŁ 2019</b>	1) Doradztwo indywidualne	15 doradztw	0,00	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, w szczególności przedstawiciele grup defaworyzowanych, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	1) Doradztwo indywidualne	45osób uzyska szczegółowe informacje (nabędzie wiedzę) o celach LSR, o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, w tym np. o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR	Przy określaniu działań komunikacyjnych i środków przekazu wzięto pod uwagę przede wszystkim cel komunikacji i grupę docelową, a także ocenę skuteczności stosowanych metod komunikacji w realizacji poprzedniej LSR. Skuteczność ta została określona podczas konsultacji ze społecznością lokalną na przełomie 2014 i 2015. Wyniki ewaluacji wykazały,	1)nieodpłatnie
	2)spotkania nt. zasad rozliczania pomocy w ramach działania 19.2 Wsparcie na operacje RLKS	3 spotkania (min. 30 osoby)	0,00		2) Spotkania, warsztaty tematyczne zasad rozliczania pomocy w ramach działania 19.2 Wsparcie na operacje RLKS,			2)nieodpłatnie

**HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI na rok 2019**

NAZWA LGD: STOWARZYSZENIE LGD „WRZOSOWA KRAINA”

							iz najbardziej skuteczne w komunikacji na Linii LGD –społeczność lokalna, okazały się metody w postaci bezpośrednich kontaktów z organizacjami pozarządowymi, przedsiębiorcami jak i społecznością lokalną na spotkaniach i szkoleniach a także doradztwo indywidualne.	
<b>II KWARTAŁ 2019</b>	1)Doradztwo indywidualne  2) spotkania nt. zasad rozliczania pomocy w ramach działania 19.2 Wsparcie na operacje RLKS	15 doradztw  3 spotkania (min. 30 osoby)	0,00  0,00	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, w szczególności przedstawiciele grup defaworyzowanych, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	Doradztwo indywidualne  2) Spotkania, warsztaty tematyczne zasad rozliczania pomocy w ramach działania 19.2 Wsparcie na operacje RLKS,	45 osób uzyska szczegółowe informacje (nabędzie wiedzę) o celach LSR, o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, w tym np. o kategoriach preferowanych operacji w największym	Przy określaniu działań komunikacyjnych i środków przekazu wzięto pod uwagę przede wszystkim cel komunikacji i grupę docelową, a także ocenę skuteczności stosowanych metod komunikacji w realizacji poprzedniej LSR.	1)nieodpłatnie  2)nieodpłatnie

**HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI na rok 2019**

NAZWA LGD: STOWARZYSZENIE LGD „WRZOSOWA KRAINA”

						stopniu realizujących założenia LSR	Skuteczność ta została określona podczas konsultacji ze społecznością lokalną na przełomie 2014 i 2015. Wyniki ewaluacji wykazały, iż najbardziej skuteczne w komunikacji na Linii LGD – społeczność lokalna, okazały się metody w postaci bezpośrednich kontaktów z organizacjami pozarządowymi, przedsiębiorcami jak i społecznością lokalną na spotkaniach i szkoleniach a także doradztwo indywidualne.	
<b>III KWARTAŁ 2019</b>	1) Doradztwo indywidualne  2) spotkania nt. zasad rozliczania	10 doradztw  3 spotkania	0,00  0,00	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, w szczególności przedstawiciele grup	1) Doradztwo indywidualne  2) Spotkania, warsztaty tematyczne zasad	40 osoby uzyskają szczegółowe informacje (nabędą wiedzę) o celach LSR, o zasadach i	Przy określaniu działań komunikacyjnych i środków przekazu wzięto pod uwagę przede wszystkim	1) nieodpłatnie  2) nieodpłatnie

## HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI na rok 2019

NAZWA LGD: STOWARZYSZENIE LGD „WRZOSOWA KRAINA”

	pomocy w ramach działania 19.2 Wsparcie na operacje RLKS	(min. 30 osoby)		defaworyzowanych, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	rozliczenia pomocy w ramach działania 19.2 Wsparcie na operacje RLKS,	kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, w tym np. o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR	cel komunikacji i grupę docelową, a także ocenę skuteczności stosowanych metod komunikacji w realizacji poprzedniej LSR. Skuteczność ta została określona podczas konsultacji ze społecznością lokalną na przełomie 2014 i 2015. Wyniki ewaluacji wykazały, iż najbardziej skuteczne w komunikacji na Linii LGD –społeczność lokalna, okazały się metody w postaci bezpośrednich kontaktów z organizacjami pozarządowymi, przedsiębiorcami jak i społecznością lokalną na spotkaniach i szkoleniach a także	
--	----------------------------------------------------------	-----------------	--	--------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

**HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI na rok 2019**

NAZWA LGD: STOWARZYSZENIE LGD „WRZOSOWA KRAINA”

							doradztwo indywidualne.	
<b>IV KWARTAŁ 2019</b>	1)Doradztwo indywidualne	10 doradztw	0,00	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, w szczególności przedstawiciele grup defaworyzowanych, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	1) Doradztwo indywidualne	10osób uzyska szczegółowe informacje (nabędą wiedzę) o celach LSR, o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, w tym np. o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR	Przy określaniu działań komunikacyjnych i środków przekazu wzięto pod uwagę przede wszystkim cel komunikacji i grupę docelową, a także ocenę skuteczności stosowanych metod komunikacji w realizacji poprzedniej LSR. Skuteczność ta została określona podczas konsultacji ze społecznością lokalną na przełomie 2014 i 2015. Wyniki ewaluacji wykazały, iż najbardziej skuteczne w komunikacji na Linii LGD –społeczność lokalna, okazały się metody w postaci bezpośrednich	1)nieodpłatnie

## HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI na rok 2019

NAZWA LGD: STOWARZYSZENIE LGD „WRZOSOWA KRAINA”

							kontaktów z organizacjami pozarządowymi, przedsiębiorcami jak i społecznością lokalną na spotkaniach i szkoleniach a także doradztwo indywidualne.	
	Kampania informacyjna nt. głównych efektów LSR na lata 2014-2020	1) 3 artykuły	800,00	Wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	1) Artykuły w prasie lokalnej (Kurier ZGZM, Informatory Gminne, Gazeta Ceramikon)	3 tys. osób do których dotrze informacja o dotychczasowych efektach LSR	Przy określaniu działań komunikacyjnych i środków przekazu wzięto pod uwagę cel komunikacji a także grupę docelową. Aktualne informacje zamieszczone w gazetach lokalnych i informatorze gminnym wpłyną na większą aktywność osób, które będą chciały uzyskać informację o głównych efektach dotacji w	1) odpłatnie
		2) 1 strona internetowa	0,00		2) Informacja na stronie internetowej LGD <a href="http://www.wrzosowakraina.pl">www.wrzosowakraina.pl</a> FB- Wrzosowa Kraina			2)nieodpłatnie

**HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI na rok 2019**

**NAZWA LGD: STOWARZYSZENIE LGD „WRZOSOWA KRAINA”**

								ramach PROW 2014-2020. Ponadto lokalne prasa jest dostępna dla wszystkich mieszkańców obszaru LGD a w szczególności grup defaworyzowanych. Aktualne informacje na portalach społecznościowych dotrą do osób młodych i przedsiębiorców korzystających z portali społecznościowych.	
--	--	--	--	--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--