|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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** |
| **I KWARTAŁ 2020** | 1) Doradztwo indywidualne nt. zasad rozliczania pomocy w ramach działania 19.2 Wsparcie na operacje RLKS | 8 doradztw | 0,00 | potencjalni beneficjenci, beneficjenci,w szczególności przedstawiciele grup defaworyzowanych, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru  | 1) Doradztwo indywidualne | 8 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 stopniu realizujących założenia LSR składania WoP. | 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 kontaktów z organizacjami pozarządowymi, przedsiębiorcami jak i społecznością lokalną na spotkaniach i szkoleniach a także doradztwo indywidulane.  | 1)nieodpłatnie |
| **II KWARTAŁ 2020** | 1)Doradztwo indywidualne nt. zasad rozliczania pomocy w ramach działania 19.2 Wsparcie na operacje RLKS | 30 doradztw | 0,00 | potencjalni beneficjenci, beneficjenci,w szczególności przedstawiciele grup defaworyzowanych, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru  | Doradztwo indywidualne | 30 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 stopniu realizujących założenia LSR składania WoP. | 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 kontaktów z organizacjami pozarządowymi, przedsiębiorcami jak i społecznością lokalną na spotkaniach i szkoleniach a także doradztwo indywidulane.  | 1)nieodpłatnie |
| **III KWARTAŁ 2020** | 1)Doradztwo indywidualne nt. zasad rozliczania pomocy w ramach działania 19.2 Wsparcie na operacje RLKS | 12 doradztw | 0,00 | potencjalni beneficjenci, beneficjenci,w szczególności przedstawiciele grup defaworyzowanych, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru | Doradztwo indywidualne | 12 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 stopniu realizujących założenia LSR składania WoP | 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 kontaktów z organizacjami pozarządowymi, przedsiębiorcami jak i społecznością lokalną na spotkaniach i szkoleniach a także doradztwo indywidulane. | 1)nieodpłatnie |
| **IV KWARTAŁ 2020** | 1) Kampania informacyjna nt. głównych efektów LSR na lata 2014-2020 | 1)3 artykuły 2)1 strona internetowa  | 3 000,000,00  | Wszyscy mieszkańcy obszaru LSR  | 1)Artykuły w prasie lokalnej (Kurkier ZGZM, Informatory Gminne, Gazeta Ceramikon) 2)Informacja na stronie internetowej LGD [www.wrzosowakraina.pl](http://www.wrzosowakraina.pl) FB – Wrzosowa Kraina  | 3 tyś. Osób do których dotrze informacja o dotychczasowych efektach LSR   | Przy określaniu działań komunikacyjnych i środków przekazu wzięto pod uwagę przede wszystkim cel komunikacji i 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 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.  | 1)nieodpłatnie |