

Harmonogram planu komunikacji.

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe):	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji i efekty działań komunikacyjnych ¹
06.2016 – 12.2016	– stworzenie spójnego, przejrzystego, jednolitego i pozytywnego wizerunku LSR i LGD;	Akcja informacyjno-promocyjna połączona z kampanią medialną.	mieszkańcy obszaru objętego LSR, w tym grupy defaworyzowane; osoby odwiedzające obszar / turyści; jednostki samorządu terytorialnego oraz jednostki im podległe; zakładający działalność gospodarczą; mikro i mali przedsiębiorcy; organizacje pozarządowe; grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu; media;	– mailing (członkowie LGD i lokalni liderzy), – strona internetowa LGD, – strony internetowe JST, – portal społecznościowy (facebook), – wydarzenia o charakterze promocyjnym,	– liczba informacji przekazanych członkom i liderom lokalnym dot. realizowanych przez LGD działań – min. 2 inf. do końca 2016r.; – liczba informacji przekazanych do publicznej wiadomości dot. realizowanych i planowanych do realizacji działań – min. 1 inf. do końca 2016r.; – liczba informacji przekazanych do publicznej wiadomości za pośrednictwem portalu społecznościowego – 4 inf. do końca 2016r.; – liczba wydarzeń o charakterze promocyjnym finansowanych przez LGD lub w których LGD uczestniczy – 2 wydarzenia do końca 2016r.
06.2016 – 12.2016	– wsparcie doradcze interesariuszy w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR;	Działania informacyjne, promocyjne oraz edukacyjne.	mieszkańcy obszaru objętego LSR, w tym grupy defaworyzowane; osoby odwiedzające obszar / turyści; jednostki samorządu terytorialnego oraz jednostki im podległe; zał. dział. gospodarczą; mikro i mali przedsiębiorcy; organizacje pozarządowe; grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu;	– mailing (członkowie LGD i lokalni liderzy), – strona internetowa LGD, – strony internetowe JST, – portal społecznościowy (facebook),	– liczba informacji przekazanych członkom i liderom lokalnym dot. realizowanych przez LGD działań – min. 2 inf. dot. realizowanych naborów wniosków; – liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej LGD dot. planowanych naborów wniosków – min. 2 inf. dot. realizowanych naborów wniosków; – liczba informacji zamieszczonych na stronach internetowych JST dot. planowanych naborów wniosków – min. 9 dot. realizowanych naborów

¹ Poszczególne wskaźniki / efekty mogą dotyczyć i realizować różne cele komunikacji.

					wniosków; - liczba inf. dot. realizowanych naborów wniosków udostępnianych za pośrednictwem portalu społecznościowego – min. 1;
06.2016 – 12.2016	edukacja interesariuszy w zakresie uczestnictwa we wdrażaniu LSR w tym efektywno wykorzystywania środków finansowych,	Działania informacyjne, promocyjne oraz edukacyjne	mieszkańcy obszaru objętego LSR, w tym grupy defaworyzowane; osoby odwiedzające obszar / turyści; JST oraz jednostki im podległe; zakł. dział. gosp.; mikro i mali przedsiębiorcy; org. pozarządowe; grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu;	- poradnictwo LGD -spotkania bezpośrednie indywidualne i grupowe, telefoniczne, - informacje na stronie internetowej LGD,	- liczba udzielonego doradztwa / porad / informacji nt. realizowanego wsparcia – min. 30 w trakcie realizowanych naborów; - liczba spotkań informacyjnych dla interesariuszy – min. 9 w trakcie realizowanych naborów;
06.2016 – 12.2016	bieżące informowanie o ewentualnych zmianach w LSR uwzględniające procedurę jej aktualizacji ;	Akcja informacyjno-promocyjna.	współpracownicy, członkowie oraz przedstawiciele organu decyzyjnego LGD; mieszkańcy obszaru objętego LSR, w tym grupy defaworyzowane; osoby odwiedzające obszar / turyści; jednostki samorządu terytorialnego oraz jednostki im podległe; zakł. dział. gospodarczą; mikro i mali przedsiębiorcy; organizacje pozarządowe; grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu; media;	Strona internetowa LGD, portal społecznościowy,	- liczba informacji przekazanych członkom LGD dot. aktualizacji LSR – min. 1 inf./aktualizację LSR; - liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej LGD dot. aktualizacji LSR – min. 1 inf./aktualizację LSR; - liczba informacji dot. aktualizacji LSR udostępnionych za pośrednictwem portalu społecznościowego – min. 1 aktualizację;
01.06.2016 – 31.12.2022 (działanie realiz w trybie ciągłym)	edukacja osób zaangażowanych w proces zarządzania, informowania i wdrażania LSR.	Pozostałe działania informacyjne, promocyjne oraz edukacyjne	pracownicy, oraz przedstawiciele władz stowarzyszenia w tym organu decyzyjnego LGD;	Spotkania informacyjne i/lub szkolenia, konferencje, wizyty studyjne;	- liczba odbiorców działań - ok. 15 os./rok;

Stowarzyszenie
„Lasowiacka Grupa Działania”
39-460 Nowa Dęba, ul. Słowackiego 1a
NIP: 8672185317, REGON: 180387634
KRS: 0000319475

WICEPREZES ZARZĄDU

Paweł Gardy

PREZES ZARZĄDU

Mirosław Pluta