

## Harmonogram realizacji planu komunikacji na 2016 r.

Cel komunikacji	Termin	Działanie komunikacyjne	Grupa docelowa	Środki przekazu	Zakładane wskaźniki		Budżet	Planowane efekty
					Jednostka miary	Wartość		
<b>1.</b>								
<b>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców:</b> - o LSR, jej celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach projektów, najlepiej wpisujących się w mechanizm wsparcia z budżetu LSR, - o zasadach przygotowania dokumentacji projektowych, - o zasadach interpretacji kryteriów oceny wniosków przez organ decyzyjny LGD.	II poł. 2016	Kampania informacyjna	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	Artykuły na stronie internetowej LGD oraz portalu społecznościowym	Liczba odbiorców /wejść na stronę internetową	200	0 zł	Wyraźny wzrost zainteresowania możliwością skorzystania z pomocy finansowej w ramach wdrażania LSR. Zwiększenie intensywności udzielonego doradztwa, w tym dla osób z grup defaworyzowanych. Zwiększone zainteresowanie podjęciem, bądź rozwojem działalności gospodarczej. Wzrost zainteresowania lokalnymi inicjatywami społecznymi.
				Ulotka informacyjna wręczana na spotkaniu i w biurze LGD	Liczba rozdysponowanych ulotek	200	242 zł	
				Roll-up	Sztuka	1	400 zł	