

## Harmonogram realizacji planu komunikacji dla działań przewidzianych w Lokalnej Strategii Rozwoju Lokalnej Grupy Działania „Brynica to nie granica” w roku 2016

| Lp. | Nazwa działania komunikacyjnego                                                                                                            | Termin                              | Cel komunikacji                                                                                                                                                                                           | Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)                                                                                 | Środki przekazu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR                                                                                             | <b><u>I półrocze 2016 roku</u></b>  | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach projektów, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR              | wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru | <ul style="list-style-type: none"> <li>- artykuły w prasie lokalnej (w biuletynie LGD)</li> <li>- ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (gopsy, urzędy gmin, goki, organizacje przedsiębiorców),</li> <li>- artykuły na stronach internetowych oraz portalach społecznościowych,</li> <li>- wydarzenia promocyjne,</li> <li>- materiały promocyjne,</li> <li>- narzędzia bezpośredniej współpracy z beneficjentami (potencjalnymi i rzeczywistymi) – informacje mailowe, korespondencja pocztowa,</li> <li>- serwis internetowy LGD (strona internetowa)</li> </ul> |
| 2.  | Informacja dotyczące wdrażania LSR                                                                                                         | <b><u>II półrocze 2016 roku</u></b> | Przekazanie informacji potencjalnym wnioskodawcom o głównych zasadach organizacji konkursów: celach, kryteriach, sposobach realizacji, procedurach naboru wniosków                                        | wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru | <ul style="list-style-type: none"> <li>- spotkania informacyjne,</li> <li>- materiały informacyjne,</li> <li>- artykuły w prasie lokalnej (w tym w biuletynie LGD),</li> <li>- strona internetowa,</li> <li>- druk kalendarzy,</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 3.  | Informacje o ogłaszanych konkursach (dla konkursu: Budowa i remont obiektów użyteczności publicznej, sportowo-rekreacyjnych, kulturalnych) | <b><u>II półrocze 2016 roku</u></b> | Przekazanie informacji dotyczących zasad związanych z ogłoszonym konkursem - omówienie dokumentów, celów, wskaźników, terminów, procedur wyboru i zasad realizacji oraz rozliczania otrzymanego wsparcia, | wszyscy potencjalni beneficjenci,                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- serwis internetowy LGD (strona internetowa),</li> <li>- materiały promocyjne i informacyjne,</li> <li>- działania animacyjno-doradcze,</li> <li>- narzędzia bezpośredniej współpracy z beneficjentami – informacje mailowe, korespondencja pocztowa.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                     |

