



Europejski Fundusz Rolny na rzecz  
Rozwoju Obszarów Wiejskich



## Harmonogram realizacji planu komunikacji Stowarzyszenia pn. Lokalna Grupa Działania Nowa Galicja na rok 2016

| Rok  | Cel komunikacji   | Działanie komunikacyjne  | Grupa docelowa   | Środki/narzędzia komunikacji                                | Zakładane wskaźniki |         | Planowane efekty   | Częstotliwość monitoringu i ewaluacji |                                 |    |  |
|------|---|--|--|---|---------------------|---------|--|---------------------------------------|---------------------------------|----|--|
|      |   |  |  |   | Jednostka miary     | Wartość |  |                                       |                                 |    |  |
| 2016 | 1. Podniesienie świadomości społecznej w zakresie możliwości pozyskiwania środków unijnych w ramach poddziałania 19.2 Wsparcie na wdrażanie operacji w ramach strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność w ramach PROW 2014-2020 | Kampania informacyjna dotycząca naborów wniosków, informująca o głównych założeniach LSR 2014-2020 | Istniejący przedsiębiorcy, potencjalni przedsiębiorcy, grupy osób defaworyzowanych (przede wszystkim osoby bezrobotne, w szczególności kobiety, ludzie młodzi w wieku 18-34 lat, osoby w wieku 50+, rolnicy), rolnicy zamierzający otworzyć działalność na bazie gospodarstwa rolnego, osoby prawne, jednostki samorządu terytorialnego, zorganizowane grupy zainteresowań, organizacje pozarządowe oraz mieszkańcy. | Artykuły na portalach społecznościowych                     | Liczba artykułów    | 2       | Odzew czytelników (internetowy, telefoniczny lub osobisty w biurze LGD),<br>Liczba odwiedzin na stronie LGD Nowa Galicja: 1200 | Monitorowanie bieżące                 |                                 |    |  |
|      |   |  |  | Artykuły na portalach LGD i UG;                             |                     |         |  |                                       |                                 |    |  |
|      |   |  |  | Spotkania informacyjno-szkoleniowe                          |                     |         |  |                                       | Liczba spotkań                  | 7  | Udział w spotkaniach co najmniej 50 osób |
|      |   |  |  | Doradztwo indywidualne                                      |                     |         |  |                                       | Liczba osób objętych doradztwem | 25 | Złożenie ok. 17 wniosków aplikacyjnych   |
|      |   |  |  | Materiały informacyjne (np. broszury, ulotka)               | Nakład              | 1       | Liczba osób objętych działaniami informacyjnymi: 5000 os.  |                                       |                                 |    |  |
| 2016 | Promocja LGD i założeń LSR oraz aktywizacja społeczności lokalnej we wdrażanie LSR.   | Kampania promocyjna dotycząca działalności LGD i założeń LSR                                       | mieszkańcy obszaru LGD, osoby z grup defaworyzowanych (przede wszystkim osoby bezrobotne, w szczególności kobiety, ludzie młodzi w wieku 18-34 lat, osoby w wieku 50+, rolnicy, osoby niepełnosprawne) osoby spoza terenu LGD, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe, grupy niesformalizowane.   | materiały promocyjne (np. gadżety),                         | Komplet             | 1       | Liczba osób objętych kampanią promocyjną: 1000   | Monitorowanie bieżące                 |                                 |    |  |
|      |   |  |  | Wydarzenia o charakterze promocyjnym (targi, konkursy itp.) | Wydarzenie          | 1       | Liczba osób biorąca udział w wydarzeniach o charakterze promocyjnym: 20  |                                       |                                 |    |  |