**HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA 2021 ROK (z dnia 09 czerwca 2021r.)**

do Załącznika nr 5: Plan komunikacji Lokalnej Strategii Rozwoju

dla obszaru Lokalnej Grupy Działania na Rzecz Rozwoju Gmin Powiatu Lubelskiego „Kraina wokół Lublina” w perspektywie finansowej 2014-2020

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Termin  | Cel komunikacji | Nazwa działania komunikacyjnego | Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)  | Środki przekazu  | Zakładane wskaźniki | Planowane efekty  | Analiza efektywności  | Budżet |
| II kwartał 2021 | Aktywizacja/ animacja społeczności lokalnej | wydarzenia rekreacyjne | Mieszkańcy obszaru LGD | konkurencje sportowe dla mieszkańców | l. uczestników - 80 osób | Wzrost integracji wśród mieszkańców | w przypadku braku osiągania założonych wskaźników i efektów zostaną zaproponowane, po konsultacjach społecznych, dodatkowe działania adekwatne do oczekiwań grupy docelowej | 1 250,00 EURO |
| III kwartał 2021 | Poinformowanie o interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD | Spotkania nt. zasad oceny i wyboru operacji przez LGD | spotkania skierowane do osób, które chcą podjąć działalność gospodarczą, osób bezrobotnych, osób poniżej 35 r. życia, osób niepełnosprawnych | spotkania realizowane w formie tradycyjnej lub on-line  | Liczba uczestników 20Liczba spotkań 2 | - zwiększenie wiedzy uczestników o naborze prowadzonym przez LGD (ankieta ex-ante i ex-post)- wzrost zainteresowania działalnością LGD i wdrażaniem LSR przez grupy defaworyzowane | w przypadku braku osiągania założonych wskaźników i efektów zostaną zaproponowane, po konsultacjach społecznych, dodatkowe działania adekwatne do oczekiwań grupy docelowe | 50 EURO |
| spotkania skierowane do przedstawiciel: JST, organizacji pozarządowych, kościołów i związków wyznaniowych, jednostek organizacyjnych nieposiadających osobowości prawnej | spotkania realizowane w formie tradycyjnej lub on-line | Liczba spotkań 3;5 udzielonych porad dla przedstawicieli JST;- 10 udzielonych porad dla przedstawicieli: organizacji pozarządowych, kościołów i związków wyznaniowych, jednostek organizacyjnych nieposiadających osobowości prawnej | podniesienie wiedzy potencjalnych wnioskodawców nt. ogłoszonych konkursów i wdrażaniem LSR | bezkosztowo |
|  | Punkt informacyjny w urzędzie pracy | Osoby bezrobotne, które planują podjąć działalność gospodarczą | Doradztwo indywidualne | 10 osób, które skorzystały z porady | wzrost zainteresowania działalnością LGD i wdrażaniem LSR przez grupy defaworyzowane | bezkosztowo |
| Ulotki informacyjne dystrybuowane na terenie LGD, w tym w OPS | Osoby planujące podjęcie działalności gospodarczej | Ulotki  | 500 sztuk ulotek informacyjnych | 100 EURO |
| Uzyskanie informacji zwrotnej nt. jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem przeprowadzeni a zmian | Badanie satysfakcji wnioskodawców (anonimowa ankieta podczas składania wniosków dotycząca jakości obsługi) | wnioskodawcy | anonimowa ankieta podczas składania wniosków dotycząca jakości obsługi (uprzejmość, kompetencje, przejrzystość przekazanych informacji) | uzyskanie ankiet od min. 25% wnioskodawców w trakcie każdego naboru | uzyskanie informacji zwrotnej dotyczącej satysfakcji wnioskodawców otrzymywanego wsparcia w przygotowywaniu wniosków ewentualne korekty działańzgodnie z wynikami ankiet (np. reorganizacja pracy biura, szkolenia dla pracowników) | w przypadku braku osiągania założonych wskaźników i efektów zostaną zaproponowane, po konsultacjach społecznych, dodatkowe działania adekwatne do oczekiwań grupy docelowej | bezkosztowo |
| Poinformowanie o działalności LGD  | Punkty informacyjne LGD (wszyscy potencjalni wnioskodawcy) | wszyscy potencjalni wnioskodawcy | stoisko informacyjne podczas ważnych wydarzeń w gminach | 5 punktów informacyjnych, 25 osób na liście przeprowadzonych konkursów wiedzy o LGD | zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD | w przypadku braku osiągania założonych wskaźników i efektów zostaną zaproponowane, po konsultacjach społecznych, dodatkowe działania adekwatne do oczekiwań grupy docelowej | bezkosztowo |