

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI STOWARZYSZENIA RYBACKA LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA POMORZA ZACHODNIEGO NA 2018 ROK.

(§5, ust.1 pkt 27 umowy ramowej)

l.p.	Nazwa operacji (szkolenia, kampanie promocyjne, wystawy, etc.)	Forma realizacji	Planowana liczba uczestników	Planowany termin rozpoczęcia	Planowany termin zakończenia	Miejsce realizacji operacji (powiat, gmina, miejscowość)	Planowany koszt realizacji zadania
Etap termin realizacji etapu 01.01.2018r. – 31.12.2018r.							
1.	2.	3.	4.	5.	6.		
1.	<p>Kampania dotycząca ogłaszanych naborów wniosków – cele szczegółowe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informacja o naborach wniosków, - Informacja o procedurach i zasadach przyznawania środków w ramach LSR. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Materiały tradycyjne typu BTL: ulotki dotyczące naboru, kolportowane zgodnie z założeniami zdefiniowanymi podczas wyboru grup docelowych/ wszystkie grupy docelowe. 2. Materiały online (ogłoszenia na stronach internetowych, mailing, newsletter, informacje w mediach społecznościowych)/ wszystkie grupy docelowe, w szczególności grupa defaworyzowana (osoby młode). 3. Ogłoszenia w mediach lokalnych (prasa, radio, TV) o zasięgu pokrywającym się z obszarem LSR. Emissja co najmniej 8 artykułów / ogłoszeń / materiałów w okresie programowania/ wszystkie grupy docelowe. 4. Działania bezpośrednie – organizacja spotkań informacyjnych, szkoleń – co najmniej 8 szkoleń, spotkań dedykowanych (do grup defaworyzowanych, społeczności rybackiej, specyficznej grupy wnioskodawców w zależności od rodzaju naboru) oraz doradztwa indywidualnego dla potencjalnych wnioskodawców/ wszystkie grupy docelowe, w szczególności potencjalni wnioskodawcy w ramach danego naboru, członkowie grup defaworyzowanych. 	<p style="text-align: center;">2500</p> <p style="text-align: center;">2000</p> <p style="text-align: center;">1500</p> <p style="text-align: center;">60</p>	<p style="text-align: center;">01.01.2018r.</p> <p style="text-align: center;">01.01.2018r.</p> <p style="text-align: center;">01.01.2018r.</p> <p style="text-align: center;">01.01.2018r.</p>	<p style="text-align: center;">31.12.2018r.</p> <p style="text-align: center;">31.12.2018r.</p> <p style="text-align: center;">31.12.2018r.</p> <p style="text-align: center;">31.12.2018r.</p>	<p style="text-align: center;">Obszar LSR(przystanie rybackie, urzędy, itd.)</p> <p style="text-align: center;">Obszar LSR</p> <p style="text-align: center;">Obszar LSR</p> <p style="text-align: center;">Obszar LSR</p>	<p style="text-align: center;">3 000,00</p>

ego

		5. Bieżąca działalność Biura RLGD – stała dostępność dla zainteresowanych w godzinach pracy biura, możliwość zadawania pytań, umówienia się na doradztwo, otrzymanie bezpłatnych materiałów informacyjnych/ wszystkie grupy docelowe, w szczególności seniorzy.	60	01.01.2018r.	31.12.2018r.	Obszar LSR	
2	Kampania promocyjna dotycząca działalności RLGD – cele szczegółowe: – informacja o procedurach i zasadach przyznawania środków w ramach LSR, – informacja o działaniach RLGD, w szczególności promocja całego obszaru.	1. Materiały tradycyjne typu BTL (ulotki) łącznie z informacją o naborach, dotycząca działalności RLGD, z celami i przedmiotem działań, informacjami kontaktowymi do biura RLGD, kolportowane w urzędach oraz instytucjach publicznych, miejscowościach oraz bezpośrednio do miejsc spotkań grup docelowych oraz poprzez „ambasadorów” LSR, w szczególności organizacje o podmioty posiadające siedziby na obszarze. Rozdawanie zakupionych gadżetów reklamowych (dożyłki, szkolenia, imprezy gminne, wydarzenia lokalne stowarzyszeń i fundacji, cykliczne imprezy- wszystkie grupy docelowe), w szczególności grupy defaworyzowane, przedstawiciele społeczności rybackiej. 2. Informacje umieszczane na bieżąco na stronie internetowej RLGD oraz cyklicznie na stronach instytucji i podmiotów (członków RLGD oraz partnerów i „ambasadorów”, którzy wyrażą zgodę na pośredniczenie w bieżącym przekazywaniu informacji minimum raz na kwartał), a także bieżąco prowadzonych profilach w mediach społecznościowych i w formie newslettera/ wszystkie grupy docelowe, w szczególności grupa defaworyzowana (osoby młode). 3. Ogłoszenia w mediach lokalnych (prasa, radio, TV) o zasięgu pokrywającym się z obszarem LSR. Emissja co najmniej 8 artykułów (ogłoszeń) materiałów w	2500	01.01.2018 r.	31.12.2018 r.	Obszar LSR	25 000,00
			2000	01.01.2018 r.	31.12.2018 r.	Obszar LSR	
			1500	01.01.2018 r.	31.12.2018 r.	Obszar LSR	

		okresie programowania/ - w ramach ogłoszeń o naborach, wszystkie grupy docelowe, w szczególności seniorzy.					
	4.	Działania bezpośrednie – spotkania informacyjne organizowane w godzinach umożliwiających udział różnych grup docelowych (osoby pracujące, młodzież, seniorzy, itd.), udział przedstawicieli RLGD w wydarzeniach ważnych dla obszaru/ wszystkie grupy docelowe, w szczególności potencjalni członkowie RLGD.	50	01.01.2018 r.	31.12.2018 r.	Obszar LSR	
	5.	Bieżąca działalność biura RLGD, w szczególności wyznaczone godziny dyżurów pracowników dedykowane na spotkania z mieszkańcami/ wszystkie grupy docelowe.	60	01.01.2018 r.	31.12.2018 r.	Obszar LSR	

Pracownik Administracyjno – księgowy
 Biura RLGD Pomorza Zachodniego
 Przemysław Walentynowicz