



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.

Załącznik Nr 1 do Uchwały nr 3/2024 Zarządu Stowarzyszenia
z dnia 27 marca 2024 roku w sprawie zatwierdzenia „Harmonogramu
Komunikacji na 2024”

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI 2024 R.

Stowarzyszenie „Lokalna Grupa Działania Partnerstwo Kaczawskie”

Termin realizacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Zakładany wskaźnik	Budżet	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki/narzędzia komunikacji/przekazu	Planowane efekty	Uzasadnienie adekwatności działań komunikacyjnych i środków przekazu do celów i wskaźników realizacji tych działań	Uzasadnienie adekwatności planowanych efektów działań komunikacyjnych do budżetu tych działań
Do września 2024	1. Kampania informacyjno-promocyjna z zakresu rozwijania aktywności społecznej i promocja LSR.	1. 100 e-maili do potencjalnych beneficjentów i mieszkańców obszaru – całorocznie. Średnio 25 na kwartał.	bezkosztowo	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD	Rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną	Dotarcie do co najmniej 1000 osób z informacjami o LSR, - wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD,	Przekazywanie informacji drogą elektroniczną	Część planowanych działań zrealizujemy dzięki współpracy z gminami partnerskimi oraz członkami LGD w związku z tym działania te nie będą generować kosztów. Natomiast zaplanowane wydatki związane z wykonaniem materiałów promocyjnych w odniesieniu do efektów tych działań, czyli dużej liczby odbiorców informacji są racjonalne i przyniosą wymierne korzyści w postaci: - ilości nowopowstałych stowarzyszeń na obszarze LGD, - złożonych wniosków w naborze dla przedsiębiorców i realizacji założeń
		2. Co najmniej 3 artykuły/ogłoszenia po jednym w I, II, III kwartale na stronach 14 gmin i 2 powiatów, LGD, portale społecznościowe.	bezkosztowo		Komunikacja za pośrednictwem strony internetowej LGD i partnerów	- podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o głównych założeniach (wyniki ankiet po spotkaniach),	Artykuły/ogłoszenia skierowane do osób, które korzystają z internetu w urządzeniach mobilnych i stacjonarnych.	
		3. Co najmniej 6 artykułów/ogłoszeń w lokalnych mediach – prasie, radio, tv, informacyjne portale internetowe po dwa w I, II, III kwartale	bezkosztowo		Komunikacja za pomocą ogłoszenia w lokalnej prasie	- liczba osób odwiedzających stronę internetową LGD, - zwiększenie liczby składanych wniosków przez przedsiębiorców,	Artykuły/ogłoszenia skierowane do osób, które rzadko, bądź w ogóle nie korzystają z internetu.	
		4. 2 spotkania informacyjno – konsultacyjne (około 20 osób na każde spotkanie). II kwartał – 1 spotkanie III kwartał – 1 spotkanie	bezkosztowo		Komunikacja bezpośrednia potencjalnymi beneficjentami	- wzrost liczby turystów odwiedzających obszar LGD, - wzrost liczby nowych stowarzyszeń	Spotkania z osobami chcącymi założyć stowarzyszenie, planującymi założyć lub rozwijać działalność gospodarczą, NGO, mieszkańcami.	
		7. Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa	bezkosztowo		Komunikacja bezpośrednia – doradztwo w biurze LGD		Przekazywanie informacji w ramach ogólnego doradztwa	

		Dezagregacja: docelowo 80 - Ogółem -5 (docelowo 80) - Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa -5 (docelowo-80) - Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa, i które złożyły wniosek o przyznanie pomocy -0 (docelowo 60) - Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa, i które zawarły umowy o przyznanie pomocy – 23 (docelowo-40) - Liczba osób fizycznych -4 (docelowo 50) - Liczba instytucji 1 (docelowo 26)						LSR, -rozpoznawalności obszaru LGD i marki Geoparku Kraina Wygasłych Wulkanów w całej Polsce a co za tym idzie wzrost ruchu turystycznego wśród przedsiębiorców - beneficjentów, którzy uzyskali środki finansowe od LGD na realizację swoich projektów.
		9. Publikacja na temat dobrych praktyk			Promocja LSR za pomocą dystrybucji publikacji na temat projektów zrealizowanych w ramach przeprowadzonych naborów.		Przekazywanie informacji za pomocą publikacji dobrych praktyk skierowane dla mieszkańców obszaru odwiedzających biuro LGD oraz osób biorących udział w wydarzeniach organizowanych przez LGD.	
Do września 2024		10. Prowadzenie strony internetowej LGD. - liczba odwiedzin strony – 19 000 odsłon	bezkosztowo		Komunikacja z mieszkańcami, potencjalnymi beneficjentami za pomocą strony internetowej.		Przekazywanie informacji za pomocą strony internetowej.	

Termin realizacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Zakładany wskaźnik	Budżet	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki/narzędzia komunikacji/przekazu	Planowane efekty	Uzasadnienie adekwatności działań komunikacyjnych i środków przekazu do celów i wskaźników realizacji tych działań	Uzasadnienie adekwatności planowanych efektów działań komunikacyjnych do budżetu tych działań
Do września 2024	4. Wydarzenia kulturalno edukacyjne	1 Wydarzenie kulturalno – edukacyjne.	5000 zł	Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, dzieci i młodzież szkolna, pasjonaci regionu, turyści, samorządy lokalne.	- Rozsyłanie informacji drogą mailową, - Informacja na stronie LGD, oraz na stronach internetowych 14 gmin, - ogłoszenia na portalach społecznościowych (Facebook).	Około 50 osób weźmie udział w wydarzeniu kulturalno - edukacyjnym.	Wydarzenie kulturalno – edukacyjne aktywizujące mieszkańców obszaru LGD.	Zaplanowane wydatki związane z organizacją wydarzenia kulturalno-edukacyjnego w odniesieniu do efektów tych działań, czyli dużej liczby odbiorców informacji są racjonalne i przyczynią się do promocji obszaru LSR i aktywizacji mieszkańców.

Termin realizacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Zakładany wskaźnik	Budżet	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki/narzędzia komunikacji/przekazu	Planowane efekty	Uzasadnienie adekwatności działań komunikacyjnych i środków przekazu do celów i wskaźników realizacji tych działań	Uzasadnienie adekwatności planowanych efektów działań komunikacyjnych do budżetu tych działań
Do września 2024	5. Spotkania informacyjno-konsultacyjne LGD z mieszkańcami.	5 spotkań informacyjno – konsultacyjnych dla organizacji pozarządowych, liderów wiejskich, beneficjentów projektów grantowych i innych konkursów (ok. 20 osób każde spotkanie). II kw. - 2 spotkania III kw. 3 spotkania		Mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane, członkowie organizacji pozarządowych, liderzy wiejscy, beneficjenci projektów grantowych, i innych konkursów.	Przekazywanie informacji poprzez organizację spotkań informacyjno – konsultacyjnych.	Około 200 osób zostanie objętych wsparciem informacyjno – konsultacyjnym.	Spotkania organizowane dla organizacji pozarządowych i liderów wiejskich – beneficjentów projektów grantowych. i innych konkursów	Zaplanowane wydatki związane z organizacją spotkań informacyjno – konsultacyjnych w odniesieniu do efektów tych działań, czyli dużej liczby odbiorców informacji są racjonalne i przyniosą wymierne korzyści w postaci poprawnej realizacji i rozliczenia projektów.