



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

Załącznik Nr 1 do Uchwały nr 26/2023 Zarządu Stowarzyszenia z dnia 29 września 2023 roku w sprawie aktualizacji „Harmonogramu Komunikacji na 2023”

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA 2023 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
Cały 2023	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, - podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o głównych założeniach (wyniki ankiet po spotkaniach), - liczba osób odwiedzających stronę internetową LGD, - zwiększenie liczby składanych wniosków przez przedsiębiorców, - wzrost liczby turystów odwiedzających obszar LGD, - wzrost liczby nowych stowarzyszeń	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
		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		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		Artykuły/ogłoszenia skierowane do osób, które rzadko, bądź w ogóle nie korzystają z internetu.	
		4. Dwa spotkania informacyjno – konsultacyjne (około 20 osób na każde spotkanie). I kwartał – 1 spotkanie IV kwartał – 1 spotkanie	bezkosztowo		Komunikacja bezpośrednia z potencjalnymi beneficjentami		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	

		<p>Dezagregacja: docelowo 80</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ogółem 19 (docelowo 80) - Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa -19 (docelowo-80) - Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa, i które złożyły wnioski o przyznanie pomocy-19 (docelowo 60) - Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa, i które zawarły umowy o przyznanie pomocy – 15 (docelowo-40) - Liczba osób fizycznych-0 (docelowo-50) - Liczba instytucji -19 (docelowo 26) 						<p>realizacji założeń 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.</p>
IV kwartał 2023		<p>8. Wykonanie materiałów promocyjnych LSR -</p> <ul style="list-style-type: none"> - kalendarze – 1000 sztuk 						
Cały 2023		<p>10. Prowadzenie strony internetowej LGD.</p> <ul style="list-style-type: none"> - liczba odwiedzin strony – 19 000 odsłon 	bezkosztowo		<p>Promocja LSR za pomocą dystrybucji materiałów i gadżetów promocyjnych. Promocja lokalnych produktów i producentów wśród uczestników wydarzeń organizowanych przez LGD oraz wydarzeń, w których uczestniczą przedstawiciele LGD.</p> <p>Komunikacja z mieszkańcami, potencjalnymi beneficjentami za pomocą strony internetowej.</p>		<p>Przekazywanie informacji za pomocą materiałów i gadżetów promocyjnych skierowane dla mieszkańców obszaru korzystających z doradztwa, odwiedzających biuro LGD oraz osób biorących udział w wydarzeniach organizowanych przez LGD.</p> <p>Przekazywanie informacji za pomocą strony internetowej.</p>	

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
IV kwartał 2023	3. Wyjazdy studyjne w zakresie promowania dobrych praktyk	1 wyjazd szkoleniowy/studyjny	30 000 zł	Mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane, liderzy wiejski,	Wyjazd szkoleniowy/studyjny.	Okolo 40 osób weźmie udział w wyjeździe szkoleniowym/studyjnym	Wyjazd szkoleniowy/studyjny dla grup defaworyzowanych, liderów wiejskich,	Zaplanowane wydatki wyjazdu studyjnego w odniesieniu do efektów tych działań, czyli dużej liczby odbiorców informacji są racjonalne i

				członkowie organizacji pozarządowych, samorządy lokalne.			członków organizacji pozarządowych, samorządów lokalnych	przyniosą wymierne korzyści w postaci ilości Osób, które będą chciały założyć stowarzyszenie w swoich lokalnych społecznościach i większej liczby beneficjentów projektów w przyszłym okresie programowania.
--	--	--	--	--	--	--	--	--

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
IV kwartał 2023	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).	Okolo 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
Cały rok 2023	5. Spotkania informacyjno-konsultacyjne LGD z mieszkańcami.	10 spotkań informacyjno – konsultacyjnych dla organizacji pozarządowych, liderów wiejskich, beneficjentów projektów grantowych i innych konkursów (ok. 20 osób każde spotkanie).	10 000 zł	Mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane, członkowie organizacji	Przekazywanie informacji poprzez organizację spotkań informacyjno – konsultacyjnych.	Okolo 200 osób zostanie objętych wsparciem informacyjno – konsultacyjnym.	Spotkania organizowane dla organizacji pozarządowych i liderów wiejskich – beneficjentów	Zaplanowane wydatki związane z organizacją spotkań informacyjno – konsultacyjnych w odniesieniu do efektów tych działań, czyli

		II kw. - 2 spotkania III kw. — 1 spotkanie IV kw. – 7-spotkań		pozarządowych, liderzy wiejscy- beneficjenci projektów grantowych, i innych konkursów.			projektów grantowych. i innych konkursów	dużej liczby odbiorców informacji są racjonalne i przyniosą wymierne korzyści w postaci poprawnej realizacji i rozliczenia projektów.
--	--	--	--	--	--	--	--	---

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
I kwartał 2023	7. Udział w targach i imprezach zewnętrznych	- Uczestnictwo w Targach (przedstawiciele LGD pojadą promować obszar LGD).	10 000 zł	Turyści, mieszkańcy innych obszarów	Komunikacja bezpośrednia z potencjonalnymi turystami mogącymi odwiedzić nasz region. Komunikacja za pomocą rozdawanych ulotek i folderów.	Promocja obszaru na zewnątrz.	Promocja działań i obszaru LGD na zewnątrz poprzez udział przedstawicieli LGD w Targach .	Zaplanowane wydatki związane z wyjazdem na Targi w odniesieniu do efektów tych działań pozwolą na wypromowanie obszaru LGD .