

Harmonogram planu komunikacji.

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe):	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji i efekty działań komunikacyjnych ¹	Budżet realizacji
01.2020 – 12.2020	stworzenie spójnego, przejrzystego, jednolitego i pozytywnego wizerunku LSR i LGD;	Akcja informacyjno-promocyjna połączona z kampanią medialną.	mieszkańcy obszaru objętego LSR, w tym grupy defaworyzowane; osoby odwiedzające obszar / turyści; jednostki samorządu terytorialnego oraz jednostki im podległe; zakładający działalność gospodarczą; mikro i mali przedsiębiorcy; organizacje pozarządowe; grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu; media;	W celu realizacji planu komunikacji możliwym będzie wykorzystywanie narzędzi takich jak np.: - mailing (członkowie LGD i lokalni liderzy), - strona internetowa LGD, - strony internetowe JST, - portal społecznościowy (facebook), - publikacje promocyjne	- liczba informacji przekazanych członkom i liderom lokalnym dot. realizowanych przez LGD działań – min. 4 inf. do końca 2020 r. (zadanie <i>bezkosztowe</i>); - liczba informacji przekazanych do publicznej wiadomości dot. realizowanych i planowanych do realizacji działań – min. 2 inf./ m-sc (zadanie <i>bezkosztowe</i>); - liczba publikacji promocyjnych finansowanych lub dofinansowanych przez LGD - 1 publikacja do końca 2020 r.	20 000,00
01.2020 – 12.2020	wsparcie doradcze interesariuszy w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR;	Działania informacyjne, promocyjne oraz edukacyjne.	mieszkańcy obszaru objętego LSR, w tym grupy defaworyzowane; osoby odwiedzające obszar / turyści; jednostki samorządu terytorialnego oraz jednostki im podległe; organizacje pozarządowe; grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu;	W celu realizacji planu komunikacji możliwym będzie wykorzystywanie narzędzi takich jak np.: - mailing (członkowie LGD i lokalni liderzy), - strona internetowa LGD, - strony internetowe JST, - portal społecznościowy (facebook),	- liczba informacji przekazanych członkom i liderom lokalnym dot. realizowanych przez LGD działań – min. 2 inf./ nabór wniosków - liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej LGD dot. planowanych naborów wniosków – min. 2 inf./ nabór wniosków; - liczba informacji zamieszczonych na stronach internetowych JST dot. planowanych naborów wniosków – min. 9 inf./nabór wniosków; - liczba informacji dot. planowanych	20 000,00

¹ Poszczególne wskaźniki / efekty mogą dotyczyć i realizować różne cele komunikacji.

					naborów wniosków zamieszczonych na facebooku – min. 1/nabór wniosków	
01.2020 – 12.2020	edukacja interesariuszy w zakresie uczestnictwa we wdrażaniu LSR w tym efektywnego wykorzystywania środków finansowych,	Działania informacyjne , promocyjne oraz edukacyjne	mieszkańcy obszaru objętego LSR, w tym grupy defaworyzowane; osoby odwiedzające obszar / turyści; JST oraz jednostki im podległe; zakł. dział. gosp.; mikro i mali przedsiębiorcy; org. pozarządowe; grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu;	- poradnictwo LGD - spotkania bezpośrednie indywidualne i grupowe, telefoniczne, - informacje na stronie internetowej LGD,	- liczba udzielonego doradztwa / porad/informacji nt. realizowanego wsparcia – min. 30 dotyczących realizowanych naborów; - liczba spotkań informacyjnych dla interesariuszy – min. 9 dotyczących realizowanych naborów	25 000,00
01.2020 - 12.2020	Informowanie o stanie realizacji LSR, w tym planowanych do realizacji naborach wniosków oraz wykorzystania środków w poszczególnych celach ogólnych i szczegółowych LSR	Akcja informacyjno-promocyjna	Współpracownicy, członkowie oraz przedstawiciele organu decyzyjnego LGD; mieszkańcy obszaru objętego LSR, w tym grupy defaworyzowane; osoby odwiedzające obszar/turyści; jednostki samorządu terytorialnego oraz jednostki im podległe; zakł. dział. gospodarczą; mikro i mali przedsiębiorcy; organizacje pozarządowe; grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu; media.	W celu realizacji planu komunikacji możliwym będzie wykorzystywanie narzędzi takich jak np.: - mailing (członkowie LGD i lokalni liderzy - w celu upowszechniania informacji), - strona internetowa LGD, - strony internetowe JST, - portal społecznościowy (facebook), - badania wraz z raportami z badań dot. poziomu satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości działań komunikacyjnych w tym efektywności działań służących wdrażaniu LSR i diagnoza zasobów lokalnych i rekomendacji.	- liczba osób z którymi przeprowadzono badania - min. 100 osób do końca 2020 roku; - liczba badań efektywności działań służących wdrażaniu LSR w tym również diagnoza zasobów lokalnych i rekomendacji - 1 badanie do końca 2020 roku; - publikacja raportu i jego kolportaż w nakładzie min. 300 szt. do końca 2020 roku.	27 000,00

01.2020 – 12.2020	bieżące informowanie o ewentualnych zmianach w LSR uwzględniające procedurę jej aktualizacji;	Akcja informacyjno-promocyjna.	współpracownicy, członkowie oraz przedstawiciele organu decyzyjnego LGD; mieszkańcy obszaru objętego LSR, w tym grupy defaworyzowane; osoby odwiedzające obszar / turyści; jednostki samorządu terytorialnego oraz jednostki im podległe; zakł. dział. gospodarczą; mikro i mali przedsiębiorcy; organizacje pozarządowe; grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu; media;	- Strona internetowa LGD oraz strony internetowe JST, społecznościowy portal (facebook),	W przypadku uruchomienia procedury aktualizacji: - liczba informacji przekazanych członkom i liderom lokalnym dot. aktualizacji LSR – min. 2 inf./aktualizację LSR; - liczba informacji zamieszczonych na stronie internetowej LGD dot. aktualizacji LSR – min. 1 inf./aktualizację LSR; - liczba informacji zamieszczonych na stronach internetowych JST dot. aktualizacji LSR - min. 1 inf./aktualizację LSR; - liczba informacji dot. aktualizacji LSR zamieszczonych na facebooku - min. 1/aktualizację.	0,00
01.2020 - 12.2020	Popularyzowanie, prezentacja oraz promocja przedsięwzięć realizowanych w ramach LSR	Akcja informacyjno-promocyjna połączona z kampanią medialną	współpracownicy, członkowie oraz przedstawiciele organu decyzyjnego LGD; mieszkańcy obszaru objętego LSR, w tym grupy defaworyzowane; osoby odwiedzające obszar / turyści; jednostki samorządu terytorialnego oraz jednostki im podległe; zakł. dział. gospodarczą; mikro i mali przedsiębiorcy; organizacje pozarządowe; grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu; media;	W celu realizacji planu komunikacji możliwym będzie wykorzystywanie narzędzi takich jak np.: - mailing (członkowie LGD i lokalni liderzy); - strona internetowa LGD; - strony internetowe JST; - portal społecznościowy (facebook); - wydarzenia o charakterze promocyjnym; - publikacje promocyjne	- liczba informacji przekazanych członkom i liderom lokalnym dot. realizowanych przez LGD działań - min. 1 inf. do końca 2020 roku.	5 000,00
01.2020 - 12.2020	Upowszechnianie współpracy z	Akcja informacyjno	Współpracownicy, członkowie LGD oraz przedstawiciele	W celu realizacji planu komunikacji możliwym	- liczba upowszechnianych informacji dot. realizowanych przez LGD działań	1 000,00

	partnerami społecznymi i gospodarczymi oraz środowiskami opiniotwórczymi na rzecz przejrzystego i efektywnego wykorzystania pomocy z PROW 2014-2020	-promocyjna. Pozostałe działania informacyjne , promocyjne oraz edukacyjne	organu decyzyjnego LGD; jednostki samorządu terytorialnego oraz jednostki im podległe; organizacje pozarządowe; media.	będzie wykorzystywanie narzędzi takich jak np.: - mailing (członkowie LGD i lokalni liderzy); - strona internetowa LGD; - portal społecznościowy (facebook); - publikacje promocyjne	- min. 1 inf. do końca 2020 roku.	
01.2020 – 12.2020	edukacja osób zaangażowanych w proces zarządzania, informowania i wdrażania LSR.	Pozostałe dział informacyjne , promocyjne oraz edukacyjne	Pracownicy, przedstawiciele władz stowarzyszenia w tym organu decyzyjnego LGD;	Spotkania informacyjne i/lub szkolenia, konferencje, wizyty studyjne;	- liczba odbiorców działań - ok. 15 os./rok;	8 000,00

PREZES ZARZĄDU

mgr inż. Paweł Gardy

Stowarzyszenie
„Lasowiacka Grupa Działania”
39-460 Nowa Dęba, ul. Stowackiego 1 a
NIP: 8672185317, REGON: 180387634
KRS: 0000210175