

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
01.2021 – 12.2021	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), - wydarzenia o charakterze promocyjnym, - publikacje promocyjne	- liczba informacji przekazanych członkom i liderom lokalnym dot. realizowanych przez LGD działań – min. 4 inf. do końca 2021 r. (<i>zadanie bezkosztowe</i>); - liczba informacji przekazanych do publicznej wiadomości dot. realizowanych i planowanych do realizacji działań – min. 2 inf./ m-sc (<i>zadanie bezkosztowe</i>); - liczba wydarzeń o charakterze promocyjnym finansowanych przez LGD lub w których LGD uczestniczy – min. 4 wydarzenia do końca 2021 r. - liczba publikacji promocyjnych finansowanych lub dofinansowanych przez LGD - 1 publikacja do końca 2021 r.	20 000,00
01.2021 – 12.2021	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;	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	- 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	20 000,00

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

			grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu;	(facebook),	stronach internetowych JST dot. planowanych naborów wniosków – min. 9 inf./nabór wniosków; - liczba informacji dot. planowanych naborów wniosków zamieszczonych na facebooku – min. 1/nabór wniosków	
01.2021 - 12.2021	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/turysci; 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 2021 roku; - liczba badań efektywności działań służących wdrażaniu LSR w tym również diagnoza zasobów lokalnych i rekomendacji - 1 badanie do końca 2021 roku; - publikacja raportu i jego kolportaż w nakładzie min. 300 szt. do końca 2021 roku.	27 000,00
01.2021 - 12.2021	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	W celu realizacji planu komunikacji możliwym będzie wykorzystywanie narzędzi takich jak np.: - mailing (członkowie LGD i lokalni liderzy); - strona internetowa LGD; - strony internetowe JST;	- liczba informacji przekazanych członkom i liderom lokalnym dot. realizowanych przez LGD działań - min. 1 inf. do końca 2021 roku, - liczba publikacji promocyjnych finansowanych lub dofinansowanych przez LGD – 1 publikacja	35 000,00

			podległe; zakł. dział. gospodarczą; mikro i mali przedsiębiorcy; organizacje pozarządowe; grupy nieformalne; instytucje otoczenia biznesu; media;	- portal społecznościowy (facebook); - wydarzenia o charakterze promocyjnym; - publikacje promocyjne		
01.2021 - 12.2021	Upowszechnianie współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi oraz środowiskami opiniotwórczymi na rzecz przejrzystego i efektywnego wykorzystania pomocy z PROW 2014-2020	Akcja informacyjno-promocyjna. Pozostałe działania informacyjne, promocyjne oraz edukacyjne	Współpracownicy, członkowie LGD oraz przedstawiciele organu decyzyjnego LGD; jednostki samorządu terytorialnego oraz jednostki im podległe; organizacje pozarządowe; media.	W celu realizacji planu komunikacji możliwym będzie wykorzystywanie narzędzi takich jak np.: - mailing (członkowie LGD i lokalni liderzy); - strona internetowa LGD; - portal społecznościowy (facebook); - publikacje promocyjne	- liczba upowszechnianych informacji dot. realizowanych przez LGD działań - min. 1 inf. do końca 2021 roku.	2 000,00
01.2021 - 12.2021	edukacja osób zaangażowanych w proces zarządzania, informowania i wdrażania LSR.	Pozostałe działania 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”
39-400 Nowa Dęba, ul. Stowackiego 1 a
NIP: 672185317, REGON: 180387634
KRS: 0000319475