

**HARMONOGRAM PLANU KOMUNIKACJI NA ROK 2024**  
(OKRES PROGRAMOWANIA 2023-2027)

Termin realizacji	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet – ze wskazaniem źródła finansowania	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
Po podpisaniu umowy ramowej	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jsfp	Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	<u>Wskaźnik:</u> Artykuł zamieszczony na stronie LGD, zaktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych Ilość artykułów – 1  <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI	0,00	Monitoring oglądalności strony LGD
Artykuły: po podpisaniu umowy ramowej – cyklicznie  Informacje w mediach: przed każdym naborem	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)	Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji	Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD  Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich  Ogłoszenia na portalu społecznościowym Facebook – fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych Ilość artykułów – 5  Informacje w mediach o zasięgu lokalnym Ilość informacji – 1  <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych	EFRR: 35,71 €	Monitoring oglądalności strony LGD, ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD

					wnioskodawców o LGD i LSR	
Przed każdym naborem	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów	Kampania informacyjno-szkoleniowa dotycząca przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jsfp, grupy osób w niekorzystnej sytuacji	Spotkania informacyjno-szkoleniowe	Wskaźnik: Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych, w tym minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wniosków Ilość spotkań – 1  Efekt: Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej na spotkaniach informacyjnych – szkoleniowych
Doradztwo: na bieżąco Szkolenia: II. połowa 2024 roku	Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczenia projektów	Beneficjenci i wnioskodawcy	Doradztwo indywidualne/szkolenia	Wskaźnik: Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart/ ewidencji udzielonego doradztwa Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart/ ewidencji udzielonego doradztwa – 7 Liczba szkoleń - 0  Efekt: Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Karta/ ewidencja udzielonego doradztwa/ ankieta po przeprowadzonym szkoleniu
	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i	Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków	Potencjalni wnioskodawcy – w zależności od naboru	Informacje na oficjalnej stronie LGD	Wskaźnik: Artykuły na stronach internetowych: Liczba artykułów – 11	Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o

Przed każdym naborem	możliwości realizacji operacji		<p>Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich.</p> <p>Ogłoszenia na portalach społecznościowych Facebook – fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym</p>	<p>Informacja na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym</p> <p>Liczba informacji – 10</p> <p><u>Efekt:</u></p> <p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji</p>		dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa
Doradztwo: na bieżąco	<p>Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD</p>	<p>Badanie: satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji</p> <p>Wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji</p>	<p>Ankieta wypełniana po doradztwie</p>	<p><u>Wskaźnik:</u></p> <p>Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów</p> <p>Ilość ankiet – 7</p> <p><u>Efekt:</u></p> <p>Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych</p>	0,00	Badanie ankietowe
	<p>Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania</p>	<p>Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR</p> <p>Mieszkańcy obszaru LGD</p>	<p>Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD,</p> <p>Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich</p> <p>Informacje na portalu społecznościowym Facebook – fanpage LGD</p>	<p>Artykuły na stronie internetowej LGD</p> <p>Liczba artykułów – 1</p> <p>Informacja na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym</p> <p>Liczba informacji – 10.</p> <p><u>Efekt:</u></p>	0,00	Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów

II kwartał	Promocja dziedzictwa kulturowego	Wydarzenie promujące zasoby kulturowe, w tym produkty lokalne, zawody rękodzielnicze, tradycje	Mieszkańcy obszaru LGD	Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD Informacje na portalu społecznościowym Facebook – fanpage LGD	<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania</p> <p><u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych Liczba artykułów - 2</p> <p>Informacja na portalu społecznościowym Facebook – fanpage LGD Liczba informacji – 2</p> <p><u>Efekt:</u> Promocja lokalnych zasobów lokalnych oraz włączenie kulturowe mieszkańców obszaru</p>	1050 € EFRROW	Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów Badanie ankietowe
------------	----------------------------------	--	------------------------	--	---	------------------	--



*Regionalny*

*Kawon, D.M. 19.02.2024 R*