



Załącznik Nr 1 do Uchwały nr 40/2019 Zarządu
Stowarzyszenia z dnia 28 listopada 2019 roku w sprawie
zmiany „Harmonogramu Planu
Komunikacji na 2019”

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

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI 2019 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 2019	1.Kampania informacyjno-promocyjna z zakresu rozwijania aktywności społecznej i promocja LSR.	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 do roku 2018.	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 opłaceniem ogłoszeń w prasie lokalnej oraz wykonaniem materiałów promocyjnych w odniesieniu do efektów tych działań, czyli dużej liczby odbiorców informacji są racjonalne i przyniosą wymierne korzyści w postaci ilości złożonych wniosków.
		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.	
		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.	
		2 spotkania informacyjno – konsultacyjne (około 20 osób na każde spotkanie) Organizacja spotkań w danym kwartale uzależniona od organizowanych naborów. (I kwartał – 1 spotkanie III kwartał – 1 spotkanie.	bezkosztowo		Komunikacja bezpośrednia potencjalnymi beneficjentami		Spotkania z osobami planującymi założyć lub rozwijać działalność gospodarczą, NGO, mieszkańcami.	
Cały 2019		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.	
Cały 2019		Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa Dezagregacja: - Ogółem 36 (docelowo 60) - Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa -36 (docelowo 60) - Liczba podmiotów, którym	bezkosztowo		Komunikacja bezpośrednia – doradztwo w biurze LGD		Przekazywanie informacji w ramach ogólnego doradztwa	

		udzielono indywidualnego doradztwa, i które złożyły wnioski o przyznanie pomocy- 21 (docelowo 43) - Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa, i które zawarły umowy o przyznanie pomocy – 4 (docelowo 31) - Liczba osób fizycznych- 24 (docelowo 44) - Liczba instytucji – 12 (docelowo 26)						
IV kwartał 2019		- wykonanie materiałów promocyjnych LSR - - kalendarze trójdzielne – 1000 szt. - wykonanie gadżetów promocyjnych LSR - ceramika lokalna: - Anioły Kaczawskie duże stojące – 20 szt. - Anioły Kaczawskie wiszące – 50 szt. - zegary ściennie – 30 szt. - cukierniczki – 15 szt. - dzbanuszki – 15 szt. - kubki ceramiczne – 30 szt.	13 555,90 zł		Promocja LSR za pomocą dystrybucji materiałów promocyjnych. Promocja naszych lokalnych produktów i lokalnych producentów wśród uczestników wydarzeń organizowanych przez LGD oraz wydarzeń, w których uczestniczą przedstawiciele LGD.		Przekazywanie informacji za pomocą materiałów promocyjnych skierowane dla mieszkańców obszaru korzystających z doradztwa, odwiedzających biuro LGD oraz osób biorących udział w wydarzeniach organizowanych przez LGD. Promocja produktów lokalnych i wytwórców- mieszkańców obszaru jest jednym z celów i przedsięwzięć realizowanej LSR	

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
II kwartał 2019	2 .Szkolenia z zakresu rozwijania aktywności społecznej i promocja dobrych praktyk.	1 szkolenie aktywizujące dla liderów wiejskich (około 20 osób każde szkolenie).	3000 zł	Mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane, liderzy wiejscy, członkowie organizacji pozarządowych, samorządy lokalne.	1 szkolenie	Zostanie zaktywizowanych około 20 osób.	Szkolenie aktywizacyjne dla grup defaworyzowanych liderów wiejskich członków organizacji pozarządowych, samorządów lokalnych.	Zaplanowane wydatki związane z organizacją w odniesieniu do efektów tych działań, czyli dużej liczby odbiorców informacji są racjonalne i przyniosą wymierne korzyści w postaci ilości złożonych wniosków i realizacji założeń

								LSR.
--	--	--	--	--	--	--	--	------

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
II kwartał 2019	3. Wyjazdy studyjne w zakresie promowania dobrych praktyk	Wyjazd studyjny z zakresu promowania dobrych praktyk –30 osób	2778 zł	Mieszkańcy obszaru LGD w tym członkowie organizacji pozarządowych, samorządy lokalne oraz przedstawiciele Lasów Państwowych i Parku Krajobrazowego, jako głównych decydentów tworzonego Geoparku Kraina Wygasłych Wulkanów.	Wyjazd studyjny do Geoparku Łuk Mużakowa - jedyne polskiego (transgranicznego) geoparku wpisanego na listę światowego dziedzictwa UNESCO.	Okolo 30 osób weźmie udział w wyjeździe studyjnym.	Wyjazd studyjny dla członków organizacji pozarządowych, samorządów lokalnych oraz przedstawicieli Lasów Państwowych i Parku Krajobrazowego, jako głównych decydentów tworzonego Geoparku Kraina Wygasłych Wulkanów.	Zaplanowane wydatki wyjazdu studyjnego w odniesieniu do efektów tych działań, czyli dużej liczby odbiorców informacji są racjonalne i przyniosą wymierne korzyści realizacji założeń LSR- utworzenie na terenie LGD Geoparku Kraina Wygasłych Wulkanów.

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
III kwartał 2019	4. Wydarzenia kulturalno-edukacyjne.	1 wydarzenie kulturalno-edukacyjne (udział w wydarzeniu weźmie ok. 50 osób).	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.	Wydarzenia kulturalno – edukacyjne aktywizujące mieszkańców obszaru LGD.	Zaplanowane wydatki związane z organizacją wydarzeń kulturalnych 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
I,II,III,IV kwartał 2019	5. Spotkania informacyjno-konsultacyjne LGD z mieszkańcami.	6 spotkań informacyjno - konsultacyjne dla organizacji pozarządowych, liderów wiejskich, potencjalnych beneficjentów projektów grantowych (ok. 20 osób każde spotkanie). I kw.– 1 spotkanie, II kw. – 3 spotkania III kw.–1 spotkanie IV kw. – 1 spotkanie	3000 zł	Mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane, członkowie organizacji pozarządowych, liderzy wiejscy, potencjalni beneficjenci projektów grantowych.	Przekazywanie informacji poprzez organizację spotkań informacyjno – konsultacyjnych.	Okolo 140 osób zostanie objętych wsparciem informacyjno – konsultacyjnym.	Spotkania organizowane dla organizacji pozarządowych i liderów wiejskich – potencjalnych beneficjentów projektów grantowych.	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 ilości złożonych wniosków i realizacji założeń LSR.

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 2019	7. Udział w targach i imprezach zewnętrznych	- Uczestnictwo w Targach (5 przedstawicieli LGD pojedzie promować obszar LGD).	7961,80 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 .