



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

## HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI 2020 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 2020         | <b>1.Kampania informacyjno-promocyjna z zakresu rozwijania aktywności społecznej i promocja LSR.</b> | 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,<br>- wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD,<br>- podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o głównych założeniach (wyniki ankiet po spotkaniach),<br>- liczba osób odwiedzających stronę internetową LGD,<br>- zwiększenie liczby składanych wniosków do roku 2020. | 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 złożonych wniosków i realizacji założeń LSR. |
|                   |                                                                                                      | 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, II kwartał – 1 spotkanie.) | bezkosztowo |                                                                                                                   | Komunikacja bezpośrednia potencjalnymi beneficjentami                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Spotkania z osobami planującymi założyć lub rozwijać działalność gospodarczą, NGO, mieszkańcami.                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Cały 2020         |                                                                                                      | Prowadzenie strony internetowej LGD.<br>- liczba odwiedzin strony – 19 000 odsłon                                                                                                                             | bezkosztowo |                                                                                                                   | Komunikacja z mieszkańcami, potencjalnymi beneficjentami za pomocą strony internetowej. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Przekazywanie informacji za pomocą strony internetowej.                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

|           |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |             |  |                                                                                                                                                                                                                         |  |                                                                                                                                                                                                                        |  |
|-----------|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Cały 2020 |  | Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa<br><b>Dezagregacja:</b><br>- Ogółem 4 (docelowo 60)<br>- Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa -4 (docelowo 60)<br>- Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa, i które złożyły wnioski o przyznanie pomocy- 4 (docelowo 43)<br>- Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa, i które zawarły umowy o przyznanie pomocy – 9 (docelowo 31)<br>- Liczba osób fizycznych- 0 (docelowo 44)<br>- Liczba instytucji – 4 (docelowo 26) | bezkosztowo |  | Komunikacja bezpośrednia – doradztwo w biurze LGD                                                                                                                                                                       |  | Przekazywanie informacji w ramach ogólnego doradztwa                                                                                                                                                                   |  |
| cały 2020 |  | - wykonanie materiałów promocyjnych LSR -<br>- kalendarze trójdzielne – 1000 szt.<br>- wykonanie gadżetów promocyjnych LSR                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 15000 zł    |  | Promocja LSR za pomocą dystrybucji materiałów promocyjnych.<br>Promocja lokalnych produktów i 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. |  |

| 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 2020   | <b>2 .Szkolenia z zakresu rozwijania aktywności społecznej i</b> | 1 szkolenie aktywizujące dla liderów wiejskich (około 20 osób każde szkolenie). | 5000 zł | Mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane, liderzy wiejscy, | 1 szkolenie / <b>1 film szkoleniowy</b> | Zostanie zaktywizowanych około 20 osób. | Szkolenie aktywizacyjne dla grup defaworyzowanych liderów wiejskich członków organizacji                           | Zaplanowane wydatki związane z organizacją w odniesieniu do efektów tych działań              |

|  |                                          |  |  |                                                                   |  |  |                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--|------------------------------------------|--|--|-------------------------------------------------------------------|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <b>promocja<br/>dobrych<br/>praktyk.</b> |  |  | członkowie<br>organizacji<br>pozarządowych,<br>samorządy lokalne. |  |  | pozarządowych,<br>samorządów lokalnych <b>z<br/>wykorzystaniem innych<br/>narzędzi komunikacji –<br/>film szkoleniowy dostępny<br/>online z uwagi na panującą<br/>pandemię COVID 19.</b> | są racjonalne i<br>przyniosą wymierne<br>korzyści w postaci<br>ilości złożonych<br>wniosków i realizacji<br>założeń LSR.<br><b>Film szkoleniowy<br/>przyczyni się do<br/>usystematyzowania<br/>wiedzy na temat<br/>genezy powstania<br/>Partnerstwa,<br/>pokazania dobrych<br/>praktyk,<br/>wypracowanych na<br/>przełomie 15 lat<br/>przez Stowarzyszenie<br/>Kaczawskie i<br/>Stowarzyszenie LGD<br/>Partnerstwo<br/>Kaczawskie.</b> |
|--|------------------------------------------|--|--|-------------------------------------------------------------------|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| 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 |
|-------------------|------------------------------------------------------------------|--------------------|--------|------------------------------------|---------------------------------------|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| -                 | <b>3. Wyjazdy studyjne w zakresie promowania dobrych praktyk</b> | -                  | -      | -                                  | -                                     | -                | -                                                                                                                  | -                                                                                             |

| 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 2020  | <b>4. Wydarzenia kulturalno-edukacyjne.</b> | 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,<br>- Informacja na stronie LGD, oraz na stronach internetowych 14 gmin,<br>- ogłoszenia na portalach społecznościowych (Facebook). | Około 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                                                                                                                                                                              |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cały rok 2020     | <b>5. Spotkania informacyjno-konsultacyjne LGD z mieszkańcami.</b> | 5 spotkań informacyjno - konsultacyjne dla organizacji pozarządowych, liderów wiejskich, potencjalnych beneficjentów projektów grantowych (ok. 20 osób każde spotkanie).<br>I kw. – 2 spotkanie,<br>III kw.- 2 spotkania<br>IV kw.– 1 spotkanie | 1000 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 100 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 2020    | <b>7. Udział w targach i imprezach zewnętrznych</b> | - Uczestnictwo w Targach (5 przedstawicieli LGD pojedzie promować obszar LGD ). | 10 000zł | 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 . |