

**HARMONOGRAM**  
**PLANU KOMUNIKACJI DO 31.12.2019 R. REALIZOWANEGO PRZEZ STOWARZYSZENIE LGD „LEPSZA PRZYSZŁOŚĆ ZIEMI RYCKIEJ”**

| Plan komunikacji  |  |   |   |  |  |
|---|--|---|---|--|--|
| Cel 1. Informowanie o realizacji LSR poprzez wspieranie pomysłów projektowych wnioskodawców oraz upowszechnianie dobrych praktyk. |  |   |   |  |  |
| Termin  | Działanie komunikacyjne  | Adresaci /Grupa docelowa  | Środki przekazu   | Wskaźniki (produkty)   | Oczekiwane efekty (rezultaty)                                  |
| I kwartał 2019  | Powiadomienie i prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych na rzecz LSR<br>Działania informacyjno – szkoleniowe o możliwościach wsparcia w ramach środków LSR | Mieszkańcy, beneficjenci i opinia publiczna; grupy de faworyzowana;<br>Potencjalni beneficjenci LSR | artykuły i ogłoszenia w prasie lokalnej, Internecie<br>ogłoszenia w siedzibach partnerów i członków LGD<br>spotkania informacyjne<br>przygotowanie i dystrybucja ulotek, gadżetów | liczba artykułów i ogłoszeń w prasie lokalnej, Internecie – <b>15 szt.</b> | Liczba osób, do których dotarła informacja - <b>12 000 os.</b> |
| II kwartał 2019   | Powiadomienie i prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych na rzecz LSR<br>Działania informacyjno – szkoleniowe o możliwościach wsparcia w                    | Mieszkańcy, beneficjenci i opinia publiczna; grupy de faworyzowana;<br>Potencjalni beneficjenci LSR | artykuły i ogłoszenia w prasie lokalnej, Internecie<br>ogłoszenia w siedzibach partnerów i członków LGD<br>spotkania informacyjne<br>przygotowanie i dystrybucja ulotek, gadżetów | liczba artykułów i ogłoszeń w prasie lokalnej, Internecie – <b>30 szt.</b> | Liczba osób, do których dotarła informacja - <b>24 000 os.</b> |

|                  |  |   |   |  |   |
|------------------|--|---|---|--|---|
|                  | ramach środków LSR   |   |   |  |   |
| III kwartał 2019 | Powiadomienie i prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych na rzecz LSR<br>Działania informacyjno – szkoleniowe o możliwościach wsparcia w ramach środków LSR | Mieszkańcy, beneficjenci i opinia publiczna; grupy de faworyzowana;<br>Potencjalni beneficjenci LSR | artykuły i ogłoszenia w prasie lokalnej, Internecie<br>ogłoszenia w siedzibach partnerów i członków LGD<br>spotkania informacyjne<br>przygotowanie i dystrybucja ulotek, gadżetów | liczba artykułów i ogłoszeń w prasie lokalnej, Internecie – <b>15 szt.</b>     | Liczba osób, do których dotarła informacja - <b>6 000 os.</b>                     |
| IV kwartał 2019  | Powiadomienie i prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych na rzecz LSR<br>Działania informacyjno – szkoleniowe o możliwościach wsparcia w ramach środków LSR | Mieszkańcy, beneficjenci i opinia publiczna; grupy de faworyzowana;<br>Potencjalni beneficjenci LSR | artykuły i ogłoszenia w prasie lokalnej, Internecie<br>ogłoszenia w siedzibach partnerów i członków LGD<br>spotkania informacyjne<br>przygotowanie i dystrybucja ulotek, gadżetów | Liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych LGD z mieszkańcami - <b>1 szt.</b> | Liczba uczestniczących w spotkaniach informacyjno-konsultacyjnych - <b>20 os.</b> |
| IV kwartał 2019  | Powiadomienie i prowadzenie działań informacyjno-  | Mieszkańcy, beneficjenci i opinia publiczna; grupy de faworyzowana;                                 | artykuły i ogłoszenia w prasie lokalnej, Internecie<br>ogłoszenia w siedzibach partnerów i członków LGD   | liczba artykułów i ogłoszeń w prasie lokalnej, Internecie – <b>1 szt.</b>      | Liczba osób, do których dotarła informacja - <b>6 000 os.</b>                     |

|                  |   |  |  |  |  |
|------------------|---|--|--|--|--|
|                  | promocyjnych na rzecz LSR<br>Działania informacyjno – szkoleniowe o możliwościach wsparcia w ramach środków LSR | Potencjalni beneficjenci LSR                                       | spotkania informacyjne<br>przygotowanie i dystrybucja ulotek, gadżetów   |  |  |
| I kwartał 2019   | Wsparcie doradcze i szkoleniowe dla beneficjenta  | Potencjalni beneficjenci LSR                                       | doradztwo w zakresie przygotowania wniosków<br>serwis internetowy LGD w zakresie dostępnych konkursów<br>doradztwo mailowe, telefoniczne | Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa – <b>0 os.</b> | Liczba osób/podmiotów, które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD – <b>9 os./podmiotów</b> |
| II kwartał 2019  | Wsparcie doradcze i szkoleniowe dla beneficjenta  | Potencjalni beneficjenci LSR                                       | doradztwo w zakresie przygotowania wniosków<br>serwis internetowy LGD w zakresie dostępnych konkursów<br>doradztwo mailowe, telefoniczne | Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa – <b>2 os</b>  | Liczba osób/podmiotów, które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD – <b>0 os./podmiotów</b> |
| I kwartał 2019   | Kampania promocyjna efektów wdrażania LSR   | Opinia publiczna, potencjalni beneficjenci, członkowie i kadra LGD | Artykuły nt. zrealizowanych projektów  | Liczba artykułów - <b>3 szt.</b>   | -----  |
| III kwartał 2019 | Kampania promocyjna   | Opinia publiczna, potencjalni beneficjenci, członkowie i kadra LGD | Artykuły nt. zrealizowanych projektów  | Liczba artykułów - <b>1 szt.</b>   | Liczba osób, która zapoznała się z informacjami na stronie www o projektach – <b>50 os.</b>  |

|   |                       |  |   |  |  |
|---|-----------------------|--|---|--|--|
|   | efektów wdrażania LSR |  | Fotorelacja na stronie internetowej LGD ze zrealizowanych projektów | Liczba fotorelacji ze zrealizowanych projektów na stronie internetowej – <b>5 szt.</b> |  |
| <b>Cel 2. Angażowanie grup defaworyzowanych określonych w LSR do korzystania ze wsparcia w ramach LSR</b> |                       |  |   |  |  |

|                  |  |  |  |   |  |
|------------------|--|--|--|---|--|
| I kwartał 2019   | Działania animacyjne w zakresie aktywizowania grup defaworyzowanych na rzecz udziału w projektach promujących obszar | Dzieci, młodzież, organizacje, przedsiębiorcy, osoby starsze, osoby pow. 60 roku życia | Wydarzenia aktywizujące ( w tym spotkania, szkolenia, konkursy) i promujące walory obszaru | Ilość wydarzeń aktywizujących związanych z promocją obszaru – <b>1 szt</b>  | Ilość uczestników wydarzeń aktywizujących / konkursów / - <b>50 os.</b>  |
| II kwartał 2019  | Działania animacyjne w zakresie aktywizowania grup defaworyzowanych na rzecz udziału w projektach promujących obszar | Dzieci, młodzież, organizacje, przedsiębiorcy, osoby starsze, osoby pow. 60 roku życia | Wydarzenia aktywizujące ( w tym spotkania, szkolenia, konkursy) i promujące walory obszaru | Ilość wydarzeń aktywizujących związanych z promocją obszaru – <b>2 szt.</b> | Ilość uczestników wydarzeń aktywizujących / konkursów / - <b>225 os.</b> |
| III kwartał 2019 | Działania animacyjne w zakresie aktywizowania grup defaworyzowanych  | Dzieci, młodzież, organizacje, przedsiębiorcy, osoby starsze, osoby pow. 60 roku życia | Wydarzenia aktywizujące ( w tym spotkania, szkolenia, konkursy) i promujące walory obszaru | Ilość wydarzeń aktywizujących związanych z promocją obszaru – <b>1 szt.</b> | Ilość uczestników wydarzeń aktywizujących / konkursów / - <b>120 os.</b> |

|                 |  |  |  |   |   |
|-----------------|--|--|--|---|---|
|                 | h na rzecz udziału w projektach promujących obszar   |  |  |   |   |
| IV kwartał 2019 | Działania animacyjne w zakresie aktywizowania grup defaworyzowanych na rzecz udziału w projektach promujących obszar | Dzieci, młodzież, organizacje, przedsiębiorcy, osoby starsze, osoby pow. 60 roku życia | Wydarzenia aktywizujące ( w tym spotkania, szkolenia, konkursy) i promujące walory obszaru | Ilość wydarzeń aktywizujących związanych z promocją obszaru – <b>1 szt.</b> | Ilość uczestników wydarzeń aktywizujących / konkursów / - <b>50 os.</b> |

| <b>Cel 3. Budowanie przyjaznego wizerunku LGD jako instytucji wspierającej rozwój lokalny.</b> |   |   |  |   |  |
|--|---|---|--|---|--|
| IV kwartał 2019  | Badanie satysfakcji wnioskodawców   | Beneficjenci / osoby korzystające z usług doradczych/ szkoleń LGD         | Badanie zebranych ankiet   | Liczba ankiet - <b>30 szt.</b>  | Liczba zadowolonych osób korzystających z usług doradczych/ szkoleń LGD – <b>15 os.</b>          |
| I kwartał 2019   | Działania w obszarze monitoringu i weryfikacji realizacji planu komunikacji | Kadra i członkowie LGD, poszczególne grupy docelowe w zakresie celu 1 i 2 | Monitoring wskaźników i ewaluacja założeń i realizacji<br>Publikacja wyników weryfikacji wdrażania<br>Zbieranie opinii i korekta założeń Planu Komunikacji | Liczba badań monitoringujących wskaźniki i ewaluacyjnych – <b>1 szt.</b><br>Liczba opublikowanych wyników weryfikacji wdrażania - <b>1 szt.</b> | Liczba osób, które zapoznały się z opublikowanymi wynikami weryfikacji wdrażania – <b>15 os.</b> |
| II kwartał 2019  | Działania w obszarze monitoringu i weryfikacji realizacji planu komunikacji | Kadra i członkowie LGD, poszczególne grupy docelowe w zakresie celu 1 i 2 | Monitoring wskaźników i ewaluacja założeń i realizacji<br>Publikacja wyników weryfikacji wdrażania<br>Zbieranie opinii i korekta założeń Planu Komunikacji | Liczba opublikowanych wyników weryfikacji wdrażania - <b>1 szt.</b>   | Liczba osób, które zapoznały się z opublikowanymi wynikami weryfikacji wdrażania – <b>90 os.</b> |

|                  |  |  |  |   |   |
|------------------|--|--|--|---|---|
| II kwartał 2019  | Działania w obszarze budowania i utrzymania relacji z otoczeniem | Beneficjenci, otoczenie-mieszkańcy, członkowie LGD; potencjalni wnioskodawcy; władze lokalne i regionalne; otoczenie pośrednie: instytucje lokalne prywatne i publiczne; | Udział LGD w imprezach/targach/wydarzeniach zewnętrznych | Liczba imprez/targów/wydarzeń zewnętrznych w których LGD brała udział – <b>2 szt.</b> | Liczba uczestników imprez/targów/wydarzeń zewnętrznych w których LGD brała udział – <b>35 000 os.</b> |
| III kwartał 2019 | Działania w obszarze budowania i utrzymania relacji z otoczeniem | Beneficjenci, otoczenie-mieszkańcy, członkowie LGD; potencjalni wnioskodawcy; władze lokalne i regionalne; otoczenie pośrednie: instytucje lokalne prywatne i publiczne; | Udział LGD w imprezach/targach/wydarzeniach wewnętrznych | Liczba imprez/targów/wydarzeń wewnętrznych w których LGD brała udział – <b>7 szt.</b> | Liczba uczestników imprez/targów/wydarzeń wewnętrznych w których LGD brała udział – <b>500 os.</b>    |
| IV kwartał 2019  | Działania w obszarze budowania i utrzymania relacji z otoczeniem | Beneficjenci, otoczenie-mieszkańcy, członkowie LGD; potencjalni wnioskodawcy; władze lokalne i regionalne; otoczenie pośrednie: instytucje lokalne prywatne i publiczne; | Publikacje promujące działania LGD i region              | Liczba publikacji promujących działania LGD i region – <b>1 szt.</b>                  | Liczba rozpowszechnionych publikacji promujących działania LGD i region – <b>500 szt.</b>             |