

## Harmonogram realizacji Planu Komunikacji – Lokalna Grupa Działania Ujście Baryczy – rok 2025

| Termin realizacji | Nazwa działania komunikacyjnego                    | Zakładany wskaźnik                                                                             | Budżet      | Adresaci działania komunikacyjnego                                                                                                                                    | Środki /narzędzia komunikacji /przekazu  | Planowane efekty działań komunikacyjnych                                          | 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 półrocze 2025   | Kampania informacyjna na terenie gmin objętych LSR | 3 spotkania informacyjne                                                                       | 3 000 zł    | Potencjalni beneficjenci, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, w tym osoby z grup w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR | Spotkania bezpośrednie                   | 3 spotkania<br>30 osób pozyska wiedzę dot. nowego okresu programowania, nowej LSR | Spotkanie bezpośrednie z osobami bezrobotnymi, poszukującymi pracy, planującymi zakładać lub rozwijać działalność gospodarczą, przedstawicielami NGO, grup nieformalnych, mieszkańców obszarów wiejskich z możliwością przedstawienia informacji oraz wytłumaczeniem ewentualnych niejasności                                                                                              | Budżet ustalony na podstawie danych historycznych – spotkań z lat ubiegłych z uwzględnieniem podwyżki cen związanych ze zwiększeniem inflacji. Budżet obejmuje m.in. wynajem sali, poczęstunek dla uczestników, wynagrodzenie prowadzącego, materiały informacyjne) |
| I półrocze 2025   | Kampania informacyjna na terenie gmin objętych LSR | 4 ogłoszenia/post na stronie internetowej LGD lub partnerów<br><br>1 artykuł w prasie lokalnej | bezkosztowo | Potencjalni beneficjenci, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, w tym osoby z grup w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR | Ogłoszenie/post na stronie internetowej; | Poinformowanie społeczności lokalnej o zasadach realizacji LSR                    | Komunikaty na stronach internetowych i w portalu społecznościowym pozwolą dotrzeć z informacją do szerokiego grona odbiorców, zwłaszcza ludzi młodych, preferujących mobilne źródła informacji; ogłoszenie w mediach lokalnych pozwoli dotrzeć z informacją do szerokiego grona odbiorców, zwłaszcza ludzi starszych, seniorów, preferujących informację pisaną, tradycyjne formy przekazu | Bezkosztowo, w ramach zasobów osobowych i rzeczowych LGD i partnerów                                                                                                                                                                                                |

|                 |                                                                                                                                          |                                                                                                       |             |                                                                                                                                                                       |                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                   |                                                                      |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| I półrocze 2025 | Animacja lokalnej społeczności oraz promocja innowacyjności, partnerstwa i współpracy – komunikacja za pośrednictwem strony internetowej | 5 komunikatów informacyjnych na stronie internetowej LGD i partnerów oraz w mediach społecznościowych | bezkosztowo | Mieszkańcy obszaru, członkowie LGD potencjalni beneficjenci, potencjalni partnerzy projektów, turyści, w tym osoby z grup w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR  | Komunikat/post na stronie internetowej;                                                                               | Wzrost zainteresowania udziałem w realizacji projektów w partnerstwie; wzrost liczby osób znających założenia LGD i zasady partnerstwa oraz znaczenia innowacyjności dla efektywnego rozwoju obszaru | Nowoczesne formy komunikacji pozwolą na dotarcie do szerokiego grona osób, w tym z grup w niekorzystnej sytuacji.                                                                 | Bezkosztowo, w ramach zasobów osobowych i rzeczowych LGD i partnerów |
| I półrocze 2025 | Doradztwo indywidualne nt. zasad sporządzania wniosków oraz procedury ich wyboru przez Radę LGD                                          | 15 szt.                                                                                               | bezkosztowo | Potencjalni beneficjenci, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, w tym osoby z grup w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR | Doradztwo indywidualne w biurze LGD                                                                                   | 15 szt. (osób, organizacji) uzyska bezpośrednią wiedzę nt. zasad sporządzania wniosków w ramach realizacji LSR i procedury ich wyboru przez Radę LGD                                                 | Bezpośrednia informacja/praca z potencjalnym beneficjentem pozwoli na uzyskanie konkretnych informacji, rozwianie wątpliwości                                                     | Bezkosztowo, w ramach zasobów osobowych LGD                          |
| I półrocze 2025 | Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o planowanych naborach oraz głównych zasadach i procedurach                                   | 1 ogłoszenie w mediach lokalnych;<br>3 artykuły/informacje na stronie internetowej;                   | bezkosztowo | Mieszkańcy obszaru, członkowie LGD potencjalni beneficjenci, potencjalni partnerzy projektów, turyści, w tym osoby z grup w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR  | Ogłoszenie/artkuł w mediach lokalnych; informacje na stronie internetowej LGD i partnerów i portalu społecznościowym; | Wzrost liczby potencjalnych wnioskodawców znających zasady i procedury ubiegania się o dofinansowanie w ramach wdrażania LSR                                                                         | Wybrane działania komunikacyjne pozwolą na dotarcie do szerokiego grona odbiorców, a celowane wiadomości mailowe do bezpośrednio zainteresowanych pozyskaniem dofinansowania osób | Bezkosztowo, w ramach zasobów osobowych i rzeczowych LGD             |
| I półrocze 2025 | Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI                                                            | 1 artykuł/informacja na stronie internetowej LGD                                                      | bezkosztowo | Potencjalni wnioskodawcy oraz beneficjenci                                                                                                                            | Artykuł/informacja na stronie internetowej LGD                                                                        | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązku komunikacyjnym                                                                                                                                | Komunikaty na stronie internetowej pozwolą dotrzeć z informacją do szerokiego grona odbiorców.                                                                                    | Bezkosztowo, w ramach zasobów osobowych i rzeczowych LGD             |

|                  |                                                                                                                             |                                                  |             |                                                                                                                                                                       |                                     |                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| II półrocze 2025 | Spotkania aktywizacyjne na temat wdrażania innowacji, jej promowanie oraz promowanie projektów realizowanych w partnerstwie | 1 spotkanie warsztatowe                          | 2 000 zł    | Mieszkańcy obszaru, członkowie LGD potencjalni beneficjenci, potencjalni partnerzy projektów, turyści, w tym osoby z grup w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR  | Spotkanie warsztatowe               | Wzrost zainteresowania udziałem w realizacji projektów w partnerstwie; wzrost liczby osób znających założenia LGD i zasady partnerstwa oraz znaczenia innowacyjności dla efektywnego rozwoju obszaru | Wykorzystanie bezpośredniej formy warsztatowej pozwoli na wypracowanie przez uczestników gotowych rozwiązań do wdrażania partnerstwa i innowacji, na zapoznanie się ze sobą, wymianę doświadczeń i zdobycie wiedzy w sposób bezpośredni.                                                      | Budżet ustalony na podstawie danych historycznych – spotkań z lat ubiegłych z uwzględnieniem podwyżki cen związanych ze zwiększeniem inflacji. Budżet obejmuje m.in., poczęstunek dla uczestników, wynagrodzenie prowadzącego, materiały informacyjne)              |
| II półrocze 2025 | Doradztwo indywidualne nt. zasad sporządzania wniosków oraz procedury ich wyboru przez Radę LGD                             | 10 szt.                                          | bezkosztowo | Potencjalni beneficjenci, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, w tym osoby z grup w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR | Doradztwo indywidualne w biurze LGD | 10 szt. (osób, organizacji) uzyska bezpośrednią wiedzę nt. zasad sporządzania wniosków w ramach realizacji LSR i procedury ich wyboru przez Radę LGD                                                 | Bezpośrednia informacja/praca z potencjalnym beneficjentem pozwoli na uzyskanie konkretnych informacji, rozwianie wątpliwości                                                                                                                                                                 | Bezkosztowo, w ramach zasobów osobowych LGD                                                                                                                                                                                                                         |
| II półrocze 2025 | Spotkania/szkolenia nt. zasad sporządzania wniosków i procedury ich wyboru przez Radę LGD                                   | 3 szkolenia/spotkania z elementami warsztatowymi | 3 000 zł    | Potencjalni beneficjenci, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i j.s.f.p w tym osoby z grup w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR             | Spotkanie/szkolenie                 | 3 spotkania, 30 osób uzyska bezpośrednią wiedzę nt. zasad sporządzania wniosków w ramach realizacji LSR i procedury ich wyboru przez Radę LGD                                                        | Spotkanie bezpośrednio z osobami bezrobotnymi, poszukującymi pracy, planującymi zakładać lub rozwijać działalność gospodarczą, przedstawicielami NGO, grup nieformalnych, mieszkańców obszarów wiejskich z możliwością przedstawienia informacji oraz wytłumaczeniem ewentualnych niejasności | Budżet ustalony na podstawie danych historycznych – spotkań z lat ubiegłych z uwzględnieniem podwyżki cen związanych ze zwiększeniem inflacji. Budżet obejmuje m.in. wynajem sali, poczęstunek dla uczestników, wynagrodzenie prowadzącego, materiały informacyjne) |

|                  |                                                                                                         |                                                                             |             |                                                                                                                                                                       |                                                                            |                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| II półrocze 2025 | Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o planowanych naborach oraz głównych zasadach i procedurach  | 2 ogłoszenia w mediach lokalnych;<br><br>15 informacji mailingowych;        | bezkosztowo | Mieszkańcy obszaru, członkowie LGD potencjalni beneficjenci, potencjalni partnerzy projektów, turyści, w tym osoby z grup w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR  | Ogłoszenie/artkuł w mediach lokalnych; wiadomości mailowe                  | Wzrost liczby potencjalnych wnioskodawców znających zasady i procedury ubiegania się o dofinansowanie w ramach wdrażania LSR           | Wybrane działania komunikacyjne pozwolą na dotarcie do szerokiego grona odbiorców, a celowane wiadomości mailowe do bezpośrednio zainteresowanych pozyskaniem dofinansowania osób                                                                                                                                                                | Bezkosztowo, w ramach zasobów osobowych i rzeczowych LGD                                                                                                                                                                                                         |
| II półrocze 2025 | Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów                            | Doradztwo indywidualne – 4 szt.<br>3 komunikaty na stronie internetowej LGD | bezkosztowo | Potencjalni beneficjenci, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, w tym osoby z grup w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR | Doradztwo indywidualne w biurze LGD; Komunikat na stronie internetowej LGD | Podniesienie wiedzy mieszkańców, beneficjentów nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów                              | Bezpośrednia informacja/praca z potencjalnym beneficjentem pozwoli na uzyskanie konkretnych informacji, rozwianie wątpliwości, prawidłową realizację i rozliczenie projektu;<br>Komunikaty na stronie internetowej pozwolą dotrzeć z informacją do szerokiego grona odbiorców, zwłaszcza ludzi młodych, preferujących mobilne źródła informacji; | Bezkosztowo, w ramach zasobów osobowych i rzeczowych LGD                                                                                                                                                                                                         |
| II półrocze 2025 | Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI                           | 2 artykuły/informacje na stronie internetowej LGD                           | bezkosztowo | Potencjalni wnioskodawcy oraz beneficjenci                                                                                                                            | Artykuł/informacja na stronie internetowej LGD                             | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązku komunikacyjnym                                                                  | Komunikaty na stronie internetowej pozwolą dotrzeć z informacją do szerokiego grona odbiorców.                                                                                                                                                                                                                                                   | Bezkosztowo, w ramach zasobów osobowych i rzeczowych LGD                                                                                                                                                                                                         |
| II półrocze 2025 | Promocja wizerunku i rozpoznawalności LGD z wykorzystaniem tradycyjnych i nowoczesnych form komunikacji | 2 wydarzenie promocyjne                                                     | 10 000 zł   | Mieszkańcy obszaru, członkowie LGD potencjalni beneficjenci, potencjalni partnerzy projektów, turyści, w tym osoby z grup w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR  | Wydarzenia promocyjne np. spływ kajakowy, jarmark produktów lokalnych      | Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD, znających założenia funkcjonowania LGD i wdrażania LSR, pozytywna ocena działalności LGD | Zaangażowanie społeczności w ramach wydarzenia pozwoli na dotarcie przez aktywność i zwiększenie poczucia przynależności                                                                                                                                                                                                                         | Budżet ustalony na podstawie danych historycznych – wydarzeń z lat ubiegłych z uwzględnieniem podwyżki cen związanych ze zwiększeniem inflacji. Budżet obejmuje m.in. wynajem sali, poczęstunek dla uczestników, wynagrodzenie prowadzącego, gadżety promocyjne) |

|                     |                                                                                                         |                                                                                                                         |             |                                                                                                                                                                      |                                                                                                                           |                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                          |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| II półrocze<br>2025 | Promocja wizerunku i rozpoznawalności LGD z wykorzystaniem tradycyjnych i nowoczesnych form komunikacji | 1 artykuł w mediach lokalnych;<br><br>2 artykuły/informacje na stronie internetowej;<br><br>10 informacji mailingowych; | bezkosztowo | Mieszkańcy obszaru, członkowie LGD potencjalni beneficjenci, potencjalni partnerzy projektów, turyści, w tym osoby z grup w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR | Ogłoszenie/artykuł w mediach lokalnych; informacje na stronie internetowej i portalu społecznościowym; wiadomości mailowe | Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD, znających założenia funkcjonowania LGD i wdrażania LSR, pozytywna ocena działalności LGD | Promocja wizerunku i rozpoznawalności LGD w przestrzeni publicznej pozwoli na zwiększenie zakresu wiedzy wśród społeczności lokalnej na temat wdrażania LSR i działalności LGD, a wybór metod tradycyjnych – pisanych i nowoczesnych – elektronicznych pozwoli na dotarcie do wszystkich grup wiekowych mieszkańców | Bezkosztowo, w ramach zasobów osobowych i rzeczowych LGD |
| II półrocze<br>2025 | Kampania informacyjna o efektach realizacji LSR                                                         | 3 informacje na stronie LGD i na portalu społecznościowym                                                               | bezkosztowo | Ogół mieszkańców, członkowie LGD                                                                                                                                     | Informacja na stronie internetowej i na portalu społecznościowym                                                          | Podwyższenie świadomości dot. działalności LGD, pobudzenie społeczności lokalnej do włączenia się w realizację LSR                     | Komunikaty na stronie internetowej pozwolą dotrzeć z informacją do szerokiego grona odbiorców.                                                                                                                                                                                                                      | Bezkosztowo, w ramach zasobów osobowych i rzeczowych LGD |