

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 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 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; 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

I 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; 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. 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; 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 2025	Promocja wizerunku i rozpoznawalności LGD z wykorzystaniem tradycyjnych i nowoczesnych form komunikacji	1 artykuł w mediach lokalnych; 2 artykuły/informacje na stronie internetowej; 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 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
II półrocze 2025	Kampania informacyjna na terenie gmin objętych LSR	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	artykuł w prasie lokalnej;	Poinformowanie społeczności lokalnej o zasadach realizacji LSR	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