

| Harmonogram realizacji planu komunikacji na 2019 rok |  |                                    |  |   |  |   |   |                       |
|--|--|------------------------------------|--|---|--|---|---|-----------------------|
| L.p  | Zakładany termin przeprowadzenia działania | Cel komunikacji                    | Rodzaj / nazwa działania komunikacyjnego   | Adresaci działania/ grupa docelowa  | Środki przekazu                              | Wskaźniki   | Rezultaty   | Szacowany koszt w PLN |
| 1.   | 2019                                       | Cel główny + cele szczegółowe 1-10 | Internetowa kampania informacyjna, w trakcie stałych działań informacyjnych, promocyjnych i reklamowych będą przekazywane aktualne treści dotyczące realizacji programu przez LGD oraz będzie prowadzony monitoring i ewaluacja ankietowa. | Wszyscy mieszkańcy obszaru LGD, potencjalni wnioskodawcy, osoby zainteresowane szkoleniami, chcący wziąć udział w imprezach i wydarzeniach organizowanych przez LGD - | Strona www-Portal społecznościowy - Facebook | Narzędzia internetowe / szt. - 2  | O realizacji LSR dowiemy się ok. 4000 osób - zakłada się ok. 40000 odsłon strony internetowej i wejść na Facebook | 3600,00               |
| 2.   | 2019                                       | Cele szczegółowe 7,8               | Wizualizacja/ Reklama i informacja - zakup banerów, - zakup gadżetów promocyjnych Program i LGD (np. długopisy, smycze, balony, torby,   | Uczestnicy spotkań informacyjnych, szkoleń, warsztatów, targów, imprez promocyjnych   | Narzędzia wizualizacyjne                     | 6 szt.<br><i>Uwaga: Narzędzia zostały wykonane w 2016 roku, w 2018 gadżety promocyjne</i> | O programie na podstawie narzędzi wizualizacji zostanie poinform  | 0,00                  |

|    |      |  |   |  |  |   |   |         |
|----|------|--|---|--|--|---|---|---------|
|    |      |  | zapachy samochodowe).   |  |  | <i>zostały domówione kolejne egzemplarze, które zostaną w 2019 roku dystrybuowane</i> | owanych ok. 300 osób  |         |
| 3. | 2019 | Cel główny + cele szczegółowe 1,2,4,5,6,8,10 | Kampania informacyjna we wszystkich gminach LGD w trakcie których nastąpi poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR. Spotkania we wszystkich gminach nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD w trakcie których nastąpi poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji | Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru w tym grupy defaworyzowane | Spotkania, prezentacje, warsztaty, wykłady, ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, GOK) - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. | 16 spotkań, śr. 13-14 osób/ spotkanie dotyczy (2 naborów) ok. 130 osób                | Min. 130 osób (zakłada się rozpowszechnienie informacji przez bezpośrednich uczestników spotkań) zostanie poinformowanych o możliwości skorzystania z Programu i włączenia się w realizację LSR | 6000,00 |

|    |                |                                    |  |  |  |                                  |   |      |
|----|----------------|------------------------------------|--|--|--|----------------------------------|---|------|
|    |                |                                    | poszczególnych kryteriów oceny używanych przez radę LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych) oraz zostaną przekazane aktualne informacje o naborze wniosków  |  |  |                                  |   |      |
| 4. | II połowa 2019 | Cel główny + cele szczegółowe 4,10 | Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy oraz wniosków o płatność, uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy, np. w zakresie | Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru w tym grupy defaworyzowane | Ankieta badająca poziom satysfakcji udzielonego doradztwa oraz jakość przeprowadzonych szkoleń | 2 rodzaje badań, min. 200 ankiet | Ok. 200 osób weźmie udział w procesie i dostarczy informacji zwrotnych dotyczących realizacji procesu wdrażania LSR i planu komunikacji | 0,00 |

|    |      |                                       |   |  |                              |   |   |          |
|----|------|---------------------------------------|---|--|------------------------------|---|---|----------|
|    |      |                                       | komunikacji interpersonalnej)   |  |                              |   |   |          |
| 5. | 2019 | Cel główny + cele szczegółowe 1-10    | Imprezy promocyjne w gminach członkowskich w trakcie których będzie uruchomiony punkt konsultacyjny o Programie   | Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru w tym grupy defaworyzowane | Imprezy plenerowe            | 7 szt. - imprez x min. 200 uczestników    | W imprezach weźmie udział ok. 1400 osób (ok.1000 z obszaru LGD i 400 odwiedzających)  | 35000,00 |
| 6. | 2019 | Cel główny + cele szczegółowe 3,4,7,8 | Targi   | Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru w tym grupy defaworyzowane | Impreza targowo - promocyjna | 3 szt. x min. 5 uczestników = ok. 15 osób | Min. 15 osób zaprezentuje obszar LGD oraz produkty lokalne ok. 2000 odbiorcom w kraju | 8000,00  |
| 7. | 2019 | Cel główny + cele szczegółowe 1 – 10  | Szkolenia nt. bieżących i kluczowych zagadnień związanych z realizacją LSR i Programu dla mieszkańców, liderów lokalnych, wnioskodawców (spotkanie refleksyjne) | Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru w tym grupy defaworyzowane | Szkolenia                    | 1 szt. x min. 20 uczestników = 20         | Min. 20 osób weźmie udział w szkoleniu i otrzyma informacje związane z Programem      | 1000,00  |

|   |      |                                      |                 |   |  |  |   |          |
|---|------|--------------------------------------|-----------------|---|--|--|---|----------|
| 8.                                      | 2019 | Cel główny + cele szczegółowe 1 – 10 | Wizyta studyjna | Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru | Promocja i wykorzystanie dobrych praktyk - wizyta studyjna | 2 szt. x min. 15 osób/wizyta = 30 osób | Min. 30 osób zapozna się ze sposobami i działaniami realizującymi LSR na obszarze innej LGD w kraju | 20000,00 |
| <b>Szacowany koszt w PLN: 73 600,00</b> |      |                                      |                 |   |  |  |   |          |