

Harmonogram realizacji planu komunikacji na rok 2025

Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania	Wartość docelowa wskaźnika	Efekty działań komunikacyjnych	Budżet – ze wskazaniem źródła finansowania	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jsfp	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	Artykuł zamieszczony na stronie LGD aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych	1 szt	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI	bezkosztowo	Monitoring oglądalności strony LGD

Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)	Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalach społecznościowych - fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym <i>*rekomenduje się aby LGD korzystała z minimum 2 środków przekazu, z czego 1 nie będzie stroną internetową administrowaną przez LGD. Celem działania ma być dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców.</i>	Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych (ilość:2 na cały okres) Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość:1 na cały okres)	2 szt	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR	bezkosztowo	Monitoring oglądalności strony LGD, ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD
Wspieranie beneficjentów	Informowanie na temat warunków i sposobów	Beneficjenci oraz wnioskodawcy	Doradztwo indywidualne	Liczba osób, którym udzielono doradztwa na	25 os.	Podniesienie wiedzy mieszkańców nt.	Bez kosztowo	Karta / ewidencja udzielonego doradztwa/

LSR w realizacji projektów	realizacji i rozliczania projektów			podstawie kart/ewidencji udzielonego doradztwa		warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów		Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków	Potencjalni wnioskodawcy – w zależności od naboru	Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD i portalach społecznościowych – fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym	Artykuły na stronach internetowych	1 szt.	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Bez kosztowo	Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa
				Informacje na portalach społecznościowych oraz mediach o zasięgu lokalnym	1 szt.			