

## HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI ROK 2025

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki produktu	Wskaźnik rezultatu/efekt	Sposób pomiaru	Budżet (sposób realizacji)
	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	Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	1 publikacja	<u>Wskaźnik rezultatu:</u> liczba odbiorców kampanii informacyjnej - (500) osób <u>Efekt:</u> Poinformowanie grup docelowych w tym potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI	statystyka odsłon strony internetowej	bezkosztowo
	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)	Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR	Wszystkie grupy docelowe	Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	1 publikacja	<u>Wskaźnik rezultatu:</u> liczba odbiorców kampanii informacyjnej - (500) osób <u>Efekt:</u> Poinformowanie grup docelowych w tym potencjalnych wnioskodawców o LGD i głównych założeniach LSR	statystyka odsłon strony internetowej	bezkosztowo
Informacja na profilu w mediach społecznościowych (facebook LGD)				10 postów	<u>Wskaźnik rezultatu:</u> liczba odsłon postów (1000) <u>Efekt:</u> Poinformowanie grup docelowych w tym potencjalnych wnioskodawców o LGD i głównych założeniach LSR	wydruki postów wraz z statystykami oglądalności	bezkosztowo	
tablice i strony internetowe urzędów gmin, w tym dystrybucja informacji do sołtysów.				5 informacji	<u>Wskaźnik rezultatu:</u> liczba gmin z obszaru (5) i liczba sołectw (100) – odbiorców kampanii informacyjnej <u>Efekt:</u> Poinformowanie grup docelowych w tym potencjalnych wnioskodawców o LGD i głównych założeniach LSR	wydruki przekazanej informacji oraz potwierdzenie przekazania informacji	bezkosztowo	
Zadania w zakresie animacji społeczności lokalnej (m.in.: warsztaty, materiały promocyjne, wydawnictwa, wizyty studyjne, imprezy)				5 zadań aktywizacyjnych i animacyjnych	<u>Wskaźnik rezultatu:</u> - liczba odbiorców wydanych materiałów promocyjnych - 250 - liczba uczestników warsztatów, imprez, wizyt studyjnych - 200 <u>Efekt:</u> Poinformowanie grup docelowych w tym potencjalnych wnioskodawców o LGD i głównych założeniach LSR	w zależności od przypadku: listy obecności, wydruki, wydane publikacje, dokumentacja fotograficzna, raport z realizacji zadania	13.345,24 PLN	

rok 2025

Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach i możliwościach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów. Informowanie o możliwości korzystania z bezpłatnego doradztwa na etapie przygotowania wniosku i rozliczania operacji, informowanie o planowanych terminach naborów. Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów Aktywizacja i animacja społeczności lokalnej ze szczególnym uwzględnieniem animacji w obszarze innowacji i partnerstwa przy wdrażaniu LSR.	Kampania informacyjna dotycząca przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji, w tym animacja partnerstwa i rozwiązań animacyjnych przy wdrażaniu LSR. Kampania będzie prowadzona w sposób ciągły przez cały okres wdrażania LSR.	Wszystkie grupy docelowe	Doradztwo w biurze LGD	58 podmiotów	<u>Wskaźnik rezultatu:</u> liczba osób/podmiotów które zwiększyły swoją wiedzę w wyniku udzielonego doradztwa - 58 podmiotów <u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy grup docelowych nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów oraz animacja rozwiązań innowacyjnych i animacja partnerstw przy wdrażaniu LSR.	Wykaz udzielone doradztwa lub karty udzielonego doradztwa	bezkosztowo
			Spotkania informacyjno-szkoleniowe (w tym spotkania animacyjne i aktywizacyjne w zakresie innowacji i partnerstwa przy wdrażaniu LSR)	5 spotkań	<u>Wskaźnik rezultatu:</u> liczba uczestników spotkania - 50 osób/podmiotów <u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy grup docelowych nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów oraz animacja rozwiązań innowacyjnych i animacja partnerstw przy wdrażaniu LSR.	Listy obecności	269,75 PLN
			Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	5 publikacji	<u>Wskaźnik rezultatu:</u> liczba odbiorców kampani informacyjnej - 1000 osób <u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy grup docelowych nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów oraz animacja rozwiązań innowacyjnych i animacja partnerstw przy wdrażaniu LSR.	statystyka odsłon strony internetowej	bezkosztowo
			Informacja na profilu w mediach społecznościowych (facebook LGD)	5 postów	<u>Wskaźnik rezultatu:</u> - liczba odsłon postów - 500 wyświetleń <u>Efekt:</u> Poinformowanie grup docelowych w tym potencjalnych wnioskodawców o LGD i głównych założeniach LS	Wydruki postów wraz z statystykami oglądalności	bezkosztowo
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków. Kampania będzie prowadzona w sposób ciągły przez cały okres wdrażania LSR.	Wszystkie grupy docelowe	Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	10	<u>Wskaźnik rezultatu:</u> liczba odbiorców kampani informacyjnej - 700 osób <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	statystyka odsłon strony internetowej	bezkosztowo
			Informacja na profilu w mediach społecznościowych (facebook LGD)	10	<u>Wskaźnik rezultatu:</u> - liczba odsłon postów - 1000 wyświetleń <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Wydruki postów wraz z statystykami oglądalności	bezkosztowo
			Konferencje prasowe i/lub informacje przekazane lokalnym mediom	2 przekazane informacje do mediów lokalnych	<u>Wskaźnik rezultatu:</u> - liczba informacji, które ukazały się w mediach lokalnych - 2 <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Wydruki oraz potwierdzenie wysyłki/przekazania informacji	bezkosztowo
			Listy mailingowe z bazy LGD (w tym dedykowane listy dla grup w niekorzystnej sytuacji)	5 wysyłek	<u>Wskaźnik rezultatu:</u> - liczba osób, które otrzymały informację mailową - 100 - liczba osób z listy dedykowanej, które otrzymały informację mailową - 30 <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o	Wydruki oraz potwierdzenie wysyłki	bezkosztowo

				tablice i strony internetowe urzędów gmin z obszaru	10	<u>Wskaźnik rezultatu:</u> -liczba informacji umieszczonych na tablicach i stronach internetowych gmin z obszaru – 20 szt. <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Wydruki oraz potwierdzenie przekazania informacji	bezkosztowo
	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji	Wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji	Ankieta oceny jakości świadczonego doradztwa	58 ankiet dystrybuowanych wśród wnioskodawców i beneficjentów	<u>Wskaźnik rezultatu:</u> - liczba osób biorących udział w badaniach ankietowych - 58 osób <u>Efekt:</u> Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np.. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych	Ankiety w formie papierowej lub elektroniczne wraz z wykazem	bezkosztowo

Chojnice, dnia 07.01.2026