

Harmonogram realizacji planu komunikacji Partnerstwa Lokalna Grupa Działania Bory Tucholskie na rok 2021

20 listopad 2020r.

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki wraz wartościami	Planowany/prognostyczny budżet	Planowane efekty działań komunikacyjnych/ Wskaźnik rezultatu (minimum)
I połowa 2021r.	A. wspieranie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR poprzez profesjonalną informację i pomoc w przygotowywaniu, realizacji i rozliczaniu operacji B. budowanie pozytywnego wizerunku LGD wśród mieszkańców obszaru poprzez informowanie o efektach realizacji LSR i zwiększanie rozpoznawalności marki LGD C. aktywizowanie społeczności	1. Kampania informacyjna nt głównych założeń LSR na lata 2014-2020	1. Beneficjenci i potencjalni beneficjenci LSR 2. Grupy defaworyzowane 3. Środki masowego przekazu 4. Społeczność lokalna	- strona internetowa LGD - portal społecznościowy - ulotka - plakat - informacja w urzędach/tablicach informacyjnych - artykuły/ogłoszenia w prasie - postery informacyjne	1 działająca strona internetowa w sposób ciągły w okresie wdrażania LSR 1 aktywnie działający profil społecznościowy w sposób ciągły w okresie wdrażania LSR - min. 2 rodzaje plakatu Min. 2 szt informacji w urzędach/tablicach informacyjnych	0 zł 0 zł 0 zł 0 zł	Liczba wejść na stronę - średnio 2000 wejść na stronę przez 6-miesiące Zasięg postów - średnio 1000 wyświetleń przez 6 miesięcy - Liczba odbiorców informacji o LSR/LGD - min. 250 osób Liczba odbiorców informacji o LSR/LGD - min. 250 osób

<p>lokalnej i zwiększenie możliwości jej wpływu na rozwój obszarów objętych LSR</p>				- spot/reklama w radio	-	-	-	-
				- publikacja	min. 3 500 sztuk publikacji	9 300zł	Liczba odbiorców publikacji – min. 3 500 osób do 2022r.	
				- materiały edukacyjne, gadżety	min. 2 000 sztuk materiałów edukacyjnych/gadżetów	600 zł	Liczba odbiorców materiałów edukacyjnych, gadżetów – min. 2 000 osób do 2022 r.	
				- spotkania konsultacyjno-informacyjne/szkolenia dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów	-	-	-	
				- doradztwo indywidualne	Min. 10 porad	0zł	Liczba osób zadowolonych z udzielonego doradztwa –min. 60%	
				- imprezy własne LGD	Min. 1 impreza własna LGD	2 465zł	Liczba uczestników imprez własnych LGD – min. 21 osób	
				- imprezy/wydarzenia z udziałem LGD	Min. 2 imprezy/wydarzenia z udziałem LGD	2 000zł	Liczba uczestników imprez własnych LGD – min. 100 osób Źródło weryfikacji – raport z imprezy(wydarzenia)	
				2. Spotkania bezpośrednie				
				3. Imprezy promocyjne				

				- wyjazdy studyjne dla liderów	-	-	-
	4. Badania satysfakcji			- ankiety	-	-	-

II potowa 2021r.	A. wspieranie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR poprzez profesjonalną informację i pomoc w przygotowywaniu, realizacji i rozliczaniu operacji B. budowanie pozytywnego wizerunku LGD wśród mieszkańców obszaru poprzez informowanie o efektach realizacji LSR i zwiększanie rozpoznawalności marki LGD	1. Kampania informacyjna nt głównych założeń LSR na lata 2014-2020	1. Beneficjenci i potencjalni beneficjenci LSR 2. Grupy defaworyzowane 3. Środki masowego przekazu 4. Społeczność lokalna	- internetowa LGD	1 działająca strona internetowa w sposób ciągły w okresie wdrażania LSR	0 zł	Liczba wejść na stronę - średnio 2000 wejść na stronę przez 6-miesiący
				- portal społecznościowy	1 aktywnie działający profil społecznościowy w sposób ciągły w okresie wdrażania LSR	0 zł	Zasięg postów – średnio 1000 wyświetleń przez 6 miesięcy
				- ulotka	-	-	-
				- plakat	Min. 2 rodzaje plakatu	0 zł	Liczba odbiorców informacji o LSR/LGD – min. 250 osób
				- informacja w urzędach/tablicach informacyjnych	-	-	-
				- artykuły/ogłoszenia w prasie	-	-	-

C. aktywizowanie społeczności lokalnej i zwiększanie możliwości jej wpływu na rozwój obszarów objętych LSR	2. Spotkania bezpośrednie	- postery informacyjne	-	-	-	-
		- spot/reklama w radio	-	-	-	-
		- publikacja	-	-	-	-
		- materiały edukacyjne, gadzety	-	-	-	-
		- spotkania konsultacyjno-informacyjne/szkolenia dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów	-	-	-	-
		- doradztwo indywidualne	Min. 20 porad	Ozł	Liczba osób zadowolonych z udzielonego doradztwa – min. 60%	
		- imprezy własne LGD	Min. 1 impreza własna LGD	2 465zł	Liczba uczestników imprez własnych LGD – min. 21 osób	
		- imprezy/wydarzenia z udziałem LGD	Min. 3 imprezy/wydarzenia z udziałem LGD	3 000zł	Liczba uczestników imprez własnych LGD – min. 150 osób Źródło weryfikacji – raport z imprezy/wydarzenia)	
		- wyjazdy studyjne dla liderów	-	-	-	
		- ankiety	-	-	-	

Tuchola, 20 listopada 2020r.

**PREZES
PARCERSTWA "LGD
BORY Tucholskie"**

Magdalena Kurpinowicz