

**HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA ROK 2025 W RAMACH WDRAŻANIA STRATEGII ROZWOJU LOKALNEGO
KIEROWANEGO PRZEZ SPOŁECZNOŚĆ
DLA OBSZARU LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA PROMENADA S12
NR UMOWY: 00022UM03.6572.10023.2023**

Termin realizacji	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji	Planowane efekty
Miesiąc: styczeń - marzec 2025	Udostępnianie i upowszechnianie jasnych, czytelnych i zrozumiałych informacji na temat możliwości uzyskania wsparcia w ramach LSR.	Kampania informacyjna obejmująca działania komunikacyjne nastawione na przekaz o charakterze informacyjnym.	Społeczność lokalna ze szczególnym uwzględnieniem grup kluczowych dla realizacji LSR oraz grup w niekorzystnej sytuacji tj., kobiet, seniorów, młodych mieszkańców do 25 r.ż., rolników i ich domowników, osób poszukujących zatrudnienia. Potencjalni wnioskodawcy - grupa odbiorców uprawnionych do ubiegania się o wsparcie w ramach inicjatywy LEADER, w tym osoby fizyczne, osoby prawne, jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej, którym ustawy nadają osobowość prawną, organizacje społeczne z obszaru LGD.	• strona internetowa LGD, • portal społecznościowy LGD, • materiały informacyjne,	• aktywna strona internetowa - 1 szt., • aktywny fanpage - 1 szt., • liczba ulotek informacyjnych - 500 szt.	• liczba odbiorców przekazu informacyjnego dotyczącego wdrażania LSR - min. 2000

Miesiąc: kwiecień - czerwiec 2025	Zapewnienie potencjalnym wnioskodawcom przystępnych i przejrzystych informacji w zakresie przygotowania dokumentacji aplikacyjnej.	Kampania informacyjna obejmująca działania komunikacyjne nastawione na przekaz o charakterze informacyjnym. Bezpośrednie spotkania.	Potencjalni wnioskodawcy - grupy odbiorców uprawnionych do ubiegania się o wsparcie w ramach inicjatywy LEADER.	• strona internetowa LGD, • portal społecznościowy LGD, • otwarte spotkania informacyjne, • szkolenia dla wnioskodawców.	• aktywna strona internetowa - 1 szt., • aktywny fanpage - 1 szt., • liczba otwartych spotkań informacyjnych - 2 szt., • liczba szkoleń dla wnioskodawców - 2 szt.	• liczba odbiorców działań informacyjnych (strona, media społecznościowe) - min. 2000, • liczba uczestników spotkań informacyjnych - min. 40 os., • liczba uczestników szkoleń dla wnioskodawców - min. 30 os.
Miesiąc: lipiec - wrzesień 2025	Mobilizowanie społeczności lokalnej do działania i umożliwienie jej wpływu na rozwój obszaru objętego LSR.	Wydarzenia o charakterze promocyjno-aktywizacyjnym organizowane przez LGD.	Społeczność lokalna ze szczególnym uwzględnieniem grup kluczowych dla realizacji LSR oraz grup w niekorzystnej sytuacji tj., kobiet, seniorów, młodych mieszkańców do 25 r.ż., rolników i ich domowników, osób poszukujących zatrudnienia. Potencjalni wnioskodawcy – grupa odbiorców uprawnionych do ubiegania się o wsparcie w ramach inicjatywy LEADER, w tym osoby fizyczne, osoby prawne, jednostki organizacyjne nieposiadające	• strona internetowa LGD, • portal społecznościowy LGD, • wizyta studyjna.	• aktywna strona internetowa - 1 szt., • aktywny fanpage - 1 szt., • liczba wizyt studyjnych - 1 szt.	• liczba odbiorców działań informacyjnych (strona, media społecznościowe) - min. 2000, • liczba uczestników wizyty studyjnej - 20 os.

			osobowości prawnej, którym ustawy nadają osobowość prawną, organizacje społeczne z obszaru LGD.			
Miesiąc: październik - grudzień 2025	Zapewnienie potencjalnym wnioskodawcom przystępnych i przejrzystych informacji w zakresie przygotowania dokumentacji aplikacyjnej. Bieżące informowanie o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia w ramach wdrażania LSR, zasadach dotyczących realizacji i rozliczenia operacji.	Kampania informacyjna - obejmująca działania komunikacyjne nastawione na przekaz o charakterze informacyjnym. Bezpośrednie spotkania.	Potencjalni wnioskodawcy - grupy odbiorców uprawnionych do ubiegania się o wsparcie w ramach inicjatywy LEADER.	• strona internetowa LGD, • portal społecznościowy • otwarte spotkania informacyjne, • szkolenia dla wnioskodawców	• aktywna strona internetowa - 1 szt. • aktywny fanpage - 1 szt. • liczba otwartych spotkań informacyjnych - 1 szt. • liczba szkoleń dla wnioskodawców - 1 szt.	• liczba odbiorców działań informacyjnych (strona, media społecznościowe) - min. 2000 • liczba uczestników spotkań informacyjnych - min. 20 os. • liczba uczestników szkoleń dla wnioskodawców - min. 15 os.
INDYKATYWNY BUDŻET REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI W 2025 R.						25 000,00 zł.

Data opracowania: 26.11.2024 r.