

## Harmonogram realizacji planu komunikacji Partnerstwa Lokalna Grupa Działania Bory Tucholskie na rok 2022

17 czerwca 2022r.

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki wraz wartościami	Planowany/prognozowany budżet	Planowane efekty działań komunikacyjnych/ Wskaźnik rezultatu (minimum)	
I połowa 2022 r.	A. wspieranie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR poprzez profesjonalną informację i pomoc w przygotowywaniu, realizacji i rozliczaniu operacji budowlanych 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	- strona 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	2 rodzaje	0 zł	Liczba odbiorców informacji o LSR/LGD - min. 250 osób	
				- informacja w urzędach/tablicach informacyjnych	-	-	-	
				- artykuły/ogłoszenie w prasie	-	-	-	
				- postery informacyjne	-	-	-	

C. aktywizowanie społeczności lokalnej i zwiększanie możliwości jej wpływu na rozwój obszarów objętych LSR	2. Spotkania bezpośrednie	- 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	-	-	-	
		- imprezy/wydarzenia z udziałem LGD	Min. 1 imprezy/wydarzenia z udziałem LGD	1 000zł	Liczba uczestników imprez własnych LGD – min. 50 osób Źródło weryfikacji – raport z imprezy/wydarzenia)	
		- wyjazdy studyjne dla liderów	-	-	-	

	4. Badania satysfakcji	- ankiety	-	-	-	
II połowa 2022r.	<p>A. wspieranie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR poprzez profesjonalną informację i pomoc w przygotowywaniu, realizacji i rozliczaniu operacji</p> <p>B. budowanie pozytywnego wizerunku LGD wśród mieszkańców obszaru poprzez informowanie o efektach realizacji LSR i zwiększanie rozpoznawalności marki LGD</p> <p>C. aktywizowanie społeczności lokalnej i</p>	<p>1. Kampania informacyjna nt głównych założeń LSR na lata 2014-2020</p> <p>1. Beneficjenci i potencjalni beneficjenci LSR</p> <p>2. Grupy defaworyzowane</p> <p>3. Środki masowego przekazu</p> <p>4. Społeczność lokalna</p>	<p>- strona internetowa LGD</p> <p>- portal społecznościowy</p> <p>- ulotka</p> <p>- plakat</p> <p>- informacja w urzędach/tablicach informacyjnych</p> <p>- artykuły/ogłoszenia w prasie</p> <p>- postery informacyjne</p> <p>- spot/reklama w radio</p> <p>- publikacja</p>	<p>1 działająca strona internetowa w sposób ciągły w okresie wdrażania LSR</p> <p>1 aktywnie działający profil społecznościowy w sposób ciągły w okresie wdrażania LSR</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>1000 szt.</p>	<p>0 zł</p> <p>0 zł</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>6300 zł</p>	<p>Liczba wejść na stronę - średnio 2000 wejść na stronę przez 6-miesiące</p> <p>Zasięg postów – średnio 1000 wyświetleń przez 6 miesięcy</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>Liczba odbiorców publikacji – 1000 osób</p>

zwiększanie możliwości jej wpływu na rozwój obszarów objętych LSR	2. Spotkania bezpośrednie	- materiały edukacyjne, gadżety	-	-	-	-	
		- spotkania konsultacyjno- informacyjne/szkol enia dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów	-	-	-	-	-
	3. Imprezy promocyjne	- doradztwo indywidualne	Min. 10 porad	Ozł	Liczba osób zadowolonych z udzielonego doradztwa –min. 60%	Liczba osób z zadowolonych udzielonego doradztwa –min. 60%	-
		- imprezy własne LGD	Min. 2 impreza własna LGD	4 930 zł	Liczba uczestników imprez własnych LGD – min. 42 osób	Liczba uczestników imprez własnych LGD – min. 200 osób Źródło weryfikacji – raport z imprezy/wydarzenia)	-
4. Badania satisfakcji		- imprezy/wyda- rzenia z udziałem LGD	Min. 1 imprezy/wydarz enia z udziałem LGD	1 000zł	Liczba uczestników imprez własnych LGD – min. 200 osób Źródło weryfikacji – raport z imprezy/wydarzenia)	-	
		- wyjazdy studyjne dla liderów	-	-	-	-	-
		- ankiety	-	-	-	-	

Tuchola, 17 czerwca 2022r.

PARTNERSTWO  
„LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA  
BORY Tucholskie”  
ul. Poczłowa 7, 89-500 Tuchola  
BIURO: ul. Kolejowa 4, 89-500 Tuchola  
tel/fax: +48 52 336 12 13  
NIP: 5611600370

PREZES  
PARTNERSTWA "LGD  
BORY Tucholskie"  
*Magdalena Kurpinowicz*  
Magdalena Kurpinowicz