

Harmonogram realizacji planu komunikacji na rok 2019

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki wraz z wartościami	Planowany/prognozowany budżet	Planowane efekty działań komunikacyjnych	
II połowa 2019 roku	Aktywizacja przedstawicieli grup defaworyzowanych poprzez wsparcie w procesie pozyskiwania środków oraz udział w projektach grantowych	1. Kampania informacyjna 2. Szkolenie tematyczne (informacyjno-aktywizacyjne) nt. możliwości pozyskania dofinansowania	Osoby z grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy: <ul style="list-style-type: none"> osoby niepracujące, osoby nieaktywne zawodowo oraz osoby zarejestrowane w PUP, osoby niepełnosprawne, osoby z niskimi kwalifikacjami, kobiety, osoby młode do 35 r.ż., osoby powyżej 50 r.ż. rolnicy poszukujący dodatkowych źródeł dochodów 	Artykuły w prasie lokalnej	Liczba artykułów w prasie lok. - 3	540 zł – koszt jednej emisji artykułu w kolorze o wielkości min. 3x1 moduł, na stronach ogłoszeniowych – ok. 180 zł wg cennika wydawców (np. http://ostrzenie.lap.pl/czas/modulowe/3-1.htm)	Łączny planowany budżet na działanie <i>1. Kampania informacyjna:</i> 1 820,00 zł	„Czas Rypina” – nakład 1900 szt. tj. 1900 osób/1 art. „CRY” – nakład 3000 szt. tj 3000 osób/1art.
				Plakaty informacyjne w siedzibach instytucji publicznych, w PUP, w PCPR, GOPS i MOPS, Gminnych Ośrodkach Kultury (GOK), itp.	- Liczba plakatów - 300 - Liczba instytucji publicznych, w których wywieszono plakaty informacyjne – 10	Plakaty drukowane są we własnym zakresie (projekt, wydruk) z wykorzystaniem materiałów będących w dyspozycji biura, nie wyodrębniono pozycji kosztowej we wniosku o dofinans. projektu		Liczba odbiorców – 6000 osób
				Ogłoszenia na stronie internetowej LGD i stronach gminnych, posty na profilu społecznościowym LGD	Prowadzenie strony internetowej www.elgd.pl - w sposób ciągły	Strona jest redagowana przez pracowników biura w ramach zakresu obowiązków (brak wyodrębnionej pozycji kosztowej we wniosku o dofinans. projektu)		Liczba odbiorców – 2000 osób
				Broszura informacyjna nt. LSR dystrybuowana przez PUP, PCPR, GOPS i MOPS, Gminne Ośrodki Kultury (GOK), itp.	- Liczba broszur informacyjnych – 1600, - Liczba osób z grup defaworyzowanych poinformowanych o zasadach i stanie realizacji LSR - 1600	1280,00 zł - wydruk 1600 broszur x 0,80 zł brutto/szt. (parametry: format A4 297x210mm składana do A5, papier kreda mat 130g, lakier offsetowy) koszt oszacowany w oparciu o przeprowadzone rozeznanie rynku w odniesieniu do dotychczasowych zleceń wydruku)		Liczba odbiorców – 1600 osób
Cały rok 2019				Zaproszenia na konsultacje dla przedstawicieli grup defaworyzowanych	- Liczba spotkań – 12 - Liczba zaproszeń na konsultacje – 260 - Liczba osób z grup defaworyzowanych uczestniczących w spotkaniach – ok. 200)	780 zł - koszt poczęstunku na jedno spotkanie (kawa/herbata, cukier, śmietanka, słodycze) - 65 zł x 12 spotkań Zaproszenia – publikacja zaproszeń na stronie www i Fb bezkosztowo, Spotkania prowadzą pracownicy Biura LGD w ramach swoich zakresów obowiązków. Koszt oszacowany w oparciu o wydatki jakie dotychczas zostały zrealizowane na to działanie w latach poprzednich.	Łączny planowany budżet na działanie <i>2. Szkolenie tematyczne.....:</i> 780,00 zł	Liczba odbiorców – 200 osób
Cały rok 2019	Informowanie o funkcjonowaniu LGD i zwiększenie zaangażowania społeczności lokalnej w jej działalność	Kampania informacyjna nt. funkcjonowania LGD (bieżące publikowanie informacji)	<ul style="list-style-type: none"> ogół mieszkańców obszaru LGD, - przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć własną działalność gospodarczą, osoby z grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy, organizacje pozarządowe (NGO), JST, liderzy społeczni 	Artykuły w prasie lokalnej	Liczba artykułów w prasie lokalnej - 2	360 zł – koszt jednej emisji artykułu w kolorze o wielkości min. 3x1 moduł, na stronach ogłoszeniowych – ok. 180 zł wg cennika wydawców (np. http://ostrzenie.lap.pl/czas/modulowe/3-1.htm)	Łączny planowany budżet na działanie <i>Kampania informacyjna nt. funkcjonowania LGD (bieżące publikowanie informacji)</i> 1 410,00 zł	„Czas Rypina” – nakład 1900 szt. tj. 1900 osób/1 art. „CRY” – nakład 3000 szt. tj. 3000 osób/1art.
				Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych i ich jednostkach, tablicach informacyjnych -	Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych - 120	Plakaty drukowane są we własnym zakresie (projekt, wydruk) z wykorzystaniem materiałów będących w dyspozycji biura, nie wyodrębniono pozycji kosztowej we wniosku o dofinans. projektu		Liczba odbiorców – 2400 osób
				Ogłoszenia na stronie internetowej LGD i stronach gminnych	Prowadzenie strony internetowej www.elgd.pl	Strona jest redagowana przez pracowników biura w ramach zakresu obowiązków (brak wyodrębnionej pozycji kosztowej we wniosku o dofinans. projektu)		Liczba odbiorców – 16.000 wejść na stronę

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki wraz z wartościami	Planowany/prognozowany budżet	Planowane efekty działań komunikacyjnych	
				Ulotki informacyjne	Liczba wydrukowanych ulotek - 300	150 zł – wydruk 300 kolorowych ulotek w formacie 148x210 mm na papierze kredowym połysk, o gramaturze min. 170g x 0,50 zł (koszt oszacowany w oparciu o przeprowadzane rozeznanie rynku w odniesieniu do dotychczasowych zleceń wydruku)	Liczba odbiorców – 300 osób	
				Spoty informacyjne emitowane w lokalnej telewizji kablowej	Liczba wyemitowanych spotów informacyjnych w kablowej TV – 6 emisji	900 zł - 150 zł brutto za emisję. (Za 1 spot składający się z 1 planszy statycznej emitowanej przez 1 miesiąc)-wg cennika nadawcy lokalnej tv	Liczba odbiorców – 4000 osób (liczba zainstalowanych gniazdek/przyłączy TV kablowe) na 1 spot	
II półrocze 2019 roku	Informowanie i uzyskiwanie informacji zwrotnej o stanie realizacji LSR, w tym nt. stopnia osiągnięcia celów i wskaźników oraz oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy – badanie pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (ze szczególnym uwzględnieniem opinii osób z grup defaworyzowanych).	1. Kampania informacyjna nt. stanu realizacji LSR 2 Badanie satysfakcji	<ul style="list-style-type: none"> ogół mieszkańców obszaru LGD, - przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć własną działalność gospodarczą, osoby z grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy, organizacje pozarządowe (NGO), JST, liderzy społeczni 	Artykuły w prasie lokalnej	Liczba artykułów w prasie lokalnej - 2	360 zł - koszt jednej emisji artykułu w kolorze o wielkości min. 3x1 moduł, na stronach ogłoszeniowych – ok. 180 zł wg cennika wydawców (np. http://ostrzenie.lap.pl/czas/modulowe/3-1.htm)	Łączny planowany budżet na działanie 1. Kampania informacyjna nt. stanu realizacji LSR 3 360,00 zł	„Czas Rypina” – nakład 1900 szt. tj. 1900 osób/1 art.
				Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych, tablicach informacyjnych	Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych - 60	Plakaty drukowane są we własnym zakresie (projekt, wydruk) z wykorzystaniem materiałów będących w dyspozycji biura, nie wyodrębniono pozycji kosztowej we wniosku o dofinans. projektu		Liczba odbiorców – 1200 osób
				Ogłoszenia na stronie internetowej LGD i stronach gminnych	Prowadzenie strony internetowej www.elgd.pl	Strona jest redagowana przez pracowników biura w ramach zakresu obowiązków (brak wyodrębnionej pozycji kosztowej we wniosku o dofinans. projektu)		Liczba odbiorców – 16.000 wejść na stronę
				Ulotki i broszury informacyjne	Liczba wydrukowanych broszur informacyjnych - 600	480,00 zł - wydruk 600 broszur x 0,80 zł brutto/szt. (parametry: format A4 297x210mm składana do A5, papier kreda mat 130g, lakier offsetowy) Koszt oszacowany w oparciu o przeprowadzane rozeznanie rynku w odniesieniu do dotychczasowych zleceń wydruku.		Liczba odbiorców – 600 osób
				Konferencje informacyjne	- Liczba konferencji informacyjnych – 1 - Liczba osób uczestniczących w konferencjach informacyjnych – ok. 50 osób	Łączny koszt organizacji konferencji – ok. 2 220,00 zł Kalkulacja sporządzona w oparciu o katalog stawek maksymalnych oraz weryfikację kosztów realizacji działania w latach poprzednich		Liczba odbiorców – 50 osób
				Spoty informacyjne emitowane w lokalnej telewizji kablowej	Liczba wyemitowanych spotów informacyjnych w kablowej TV - 2 emisje	300 zł - 150 zł brutto za emisję. (Za 1 spot składający się z 1 planszy statycznej emitowanej przez 1 miesiąc) - wg cennika nadawcy lokalnej tv		Liczba odbiorców – 4000 osób (liczba zainstalowanych gniazdek/przyłączy TV kablowe) na 1 spot
				Ankiety online i w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy e-mail wnioskodawców	Liczba wypełnionych ankiet online i w wersji elektronicznej - 20	Działanie bezkosztowe (korzystanie z darmowego formularza ankietowego)		Liczba odbiorców – 20 osób
				Ankiety w wersji papierowej dostępne w biurze LGD dla osób, które nie korzystają/nie posiadają poczty elektronicznej	Liczba wypełnionych ankiet w wersji papierowej - 50	Działanie bezkosztowe		Liczba odbiorców – 50 osób

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki wraz z wartościami	Planowany/prognozowany budżet		Planowane efekty działań komunikacyjnych
II połowa 2019	Promocja operacji realizowanych w ramach LSR	Kampania informacyjna nt. realizowanych operacji	<ul style="list-style-type: none"> ogół mieszkańców obszaru LGD, - przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć własną działalność gospodarczą, osoby z grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy, organizacje pozarządowe (NGO), JST, liderzy społeczni 	Artykuły w prasie lokalnej	Liczba artykułów w prasie lokalnej - 2	Łączny planowany budżet na działanie <i>Kampania informacyjna nt. realizowanych operacji</i> 15 510,00 zł		„Czas Rypina” – nakład 1900 szt. tj. 1900 osób/1 art.
Ulotki promocyjne				- Liczba ulotek promocyjnych - 300	150 zł – wydruk 300 kolorowych ulotek w formacie 148x210 mm na papierze kredowym połysk, o gramaturze min. 170g x 0,50 zł(koszt oszacowany w oparciu o przeprowadzane rozeznanie rynku w odniesieniu do dotychczasowych zleceń wydruku)			„CRY” – nakład 3000 szt. tj. 3000 osób/1 art.
Informacje na stronie www LGD oraz stronach internetowych gmin				prowadzenie strony internetowej www.elgd.pl	Strona jest redagowana przez pracowników biura w ramach zakresu obowiązków (brak wyodrębnionej pozycji kosztowej we wniosku o dofinans. projektu)			Liczba odbiorców – 300 osób
Udział lub organizacja imprez/eventów o charakterze wystawienniczym (między innymi: pikniki, dożynki, imprezy plenerowe)				- Liczba organizacji lub udziału w eventach/imprezach min. – 2 – Liczba osób uczestniczących w eventach/imprezach – ok. 250 / event	Ok. 7 500,00 zł/event x 2 = 15 000,00 zł Wycena w oparciu o dotychczasową realizację działania.			Liczba odbiorców – 16.000 wejść na stronę
Cały rok 2019								Liczba odbiorców – 500 osób
Cały rok 2019	Zachęcenie potencjalnych beneficjentów do skorzystania ze wsparcia w formie doradztwa indywidualnego bądź grupowego w procesie pozyskiwania środków z budżetu LSR	1. Bezpośrednie spotkanie w Biurze LGD	<ul style="list-style-type: none"> ogół mieszkańców obszaru LGD, - przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć własną działalność gospodarczą, osoby z grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy, organizacje pozarządowe (NGO), JST, liderzy społeczni 	Informacja na stronie internetowej LGD oraz na tablicy informacyjnej w siedzibie LGD o możliwości konsultacji i doradztwa Informacja o możliwości konsultacji i doradztwa na stronach www gmin wchodzących w skład LGD oraz informacja wywieszona w ich siedzibach Informacja wywieszona w PUP oraz jednostkach pomocy społecznej poszczególnych gmin, ODR	- Liczba osób uczestniczących w doradztwie indywidualnym lub grupowym - 240 - Liczba osób z grup defaworyzowanych uczestniczących w doradztwie indywidualnym lub grupowym - 50	Doradztwo świadczone jest przez pracowników Biura w ramach zakresu obowiązków	Łączny planowany budżet na działanie <i>1. Bezpośrednie spotkanie w Biurze LGD</i> 0,00 zł	Liczba odbiorców – 240 osób

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki wraz z wartościami	Planowany/prognozowany budżet		Planowane efekty działań komunikacyjnych
		2. Kawiarenka dla obywateli		Spotkania informacyjne	- Liczba spotkań w Kawiarence dla obywateli - 10 - Liczba osób uczestniczących w spotkaniach – 50 (5 osób / spotkanie)	300 zł w tym: - kawa, ciastka 5,00 zł/os - 50os. - 250,00 zł - kącik dla dzieci (wyposażenie podstawowe zakupione w 2016 r.) – doposażenie według potrzeb wynikających ze zużycia - 50,00 zł	Łączny planowany budżet na działanie 2. <i>Kawiarenka dla obywateli</i> 300,00 zł	Liczba odbiorców – 50 osób