

### Harmonogram realizacji planu komunikacji na rok 2020

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki wraz z wartościami	Planowany/prognozowany budżet		Planowane efekty działań komunikacyjnych				
I - XII	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"> <li>ogół mieszkańców obszaru LGD, - przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć własną działalność gospodarczą,</li> <li>osoby z grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy,</li> <li>organizacje pozarządowe (NGO),</li> <li>JST,</li> <li>liderzy społeczni</li> </ul>	Kampania medialna - artykuły w prasie lokalnej	Liczba artykułów w prasie lokalnej - 8	Łączny planowany budżet na działanie <i>Kampania informacyjna nt. funkcjonowania LGD (bieżące publikowanie informacji)</i> 36 655,00 zł	„Czas Rypina” – nakład 1900 szt. tj. 1900 osób/1 art. „CRY” – nakład 3000 szt. tj. 3000 osób/1 art.					
I półrocze				Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych i ich jednostkach, tablicach informacyjnych -	Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych - 20			Plakaty drukowane są we własnym zakresie (projekt, wydruk) z wykorzystaniem materiałów będących w dyspozycji biura, działanie bezkosztowe	Liczba odbiorców – 2000 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 (16.000 wejść na stronę rocznie)			
				Ulotki informacyjne	Liczba wydrukowanych ulotek – 1250 sztuk <sup>1</sup>			625 zł – 1250 sztuk x 0,50 zł/szt. (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)	Liczba odbiorców – 1250 osób			
IV kwartał				Film promujący LSR	Liczba filmów promujących LSR i LGD - 1			3000 zł - (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)	Liczba odbiorców – 22 015 osób			
				Publikacje: terminarze tygodniowe	Liczba terminarzy tygodniowych – 150 <sup>2</sup>			2700 zł – 150 sztuk x 18,00 zł/szt. (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)	Liczba odbiorców – 150 osób			
I - XII				Kampania medialna - spoty informacyjne emitowane w lokalnej telewizji kablowej	Liczba wyemitowanych spotów informacyjnych w kablowej TV – 7			1050 zł - 150 zł brutto za emisję (Za 1 spot składający się z 1 planszy statycznej emitowanej przez 1 miesiąc, koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)	Liczba odbiorców – 4000 osób (liczba zainstalowanych gniazdek/przyłączy TV kablowe) na 1 spot			
				Spotkania informacyjno-konsultacyjne z elementami animacji/szkolenia dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów	Liczba spotkań/szkoleń - 18			27 840,00 – 6 szkoleń dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów x 920,00 = 5.520,00 oraz 12 spotkań informacyjno-konsultacyjnych z elementami animacji x 1860,00 = 22.320,00	Liczba odbiorców – 210 osób			
I-XII				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	1. Kampania informacyjna nt. stanu realizacji LSR			<ul style="list-style-type: none"> <li>ogół mieszkańców obszaru LGD,</li> <li>przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć własną działalność gospodarczą,</li> <li>osoby z grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy,</li> <li>organizacje pozarządowe (NGO),</li> </ul>	Kampania medialna - artykuły w prasie lokalnej	Liczba artykułów w prasie lokalnej - 1	Łączny planowany budżet na działanie <i>1. Kampania informacyjna nt. stanu realizacji LSR</i> 5030,00 zł	„Czas Rypina” – nakład 1900 szt. tj. 1900 osób/1 art.
									Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych, tablicach informacyjnych	Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 15		
	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 (16.000 wejść na stronę rocznie)						

<sup>1</sup> Zostanie wydana 1 ulotka realizująca kilka celów komunikacyjnych w łącznym nakładzie w 2020 roku 2500 sztuk

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki wraz z wartościami	Planowany/prognozowany budżet		Planowane efekty działań komunikacyjnych			
I półrocze	przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (ze szczególnym uwzględnieniem opinii osób z grup defaworyzowanych).		<ul style="list-style-type: none"> <li>JST,</li> <li>liderzy społeczni</li> </ul>	Ulotki i broszury informacyjne	Liczba wydrukowanych broszur informacyjnych – 2500 sztuk	2000,00 zł - wydruk 2500 broszur x 0,80 zł brutto/szt, (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)		Liczba odbiorców – 2500 osób			
IV kwartał				Publikacje: terminarze tygodniowe	Liczba terminarzy tygodniowych – 150 sztuk <sup>2</sup>			2700,00 zł – 150 terminarzy x 18,00 zł brutto/szt, (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)	Liczba odbiorców – 150 osób		
I-XII				Kampania medialna - spoty informacyjne emitowane w lokalnej telewizji kablowej	Liczba wyemitowanych spotów informacyjnych w kablowej TV - 1			150,00 zł - 150 zł brutto za 1 emisję (Za 1 spot składający się z 1 planszy statycznej emitowanej przez 1 miesiąc), koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA.	Liczba odbiorców – 4000 osób (liczba zainstalowanych gniazdek/przyłączy TV kablowe) na 1 spot		
				2 Badanie satysfakcji	Ankiety online i w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy e-mail wnioskodawców			Liczba wypełnionych ankiet online i w wersji elektronicznej - 30	Działanie bezkosztowe (korzystanie z darmowego formularza ankietowego)	Łączny planowany budżet na działanie 2. <i>Badanie satysfakcji</i> 0,00 zł	Liczba odbiorców – 30 osób
				Ankiety w wersji papierowej dostępne w biurze LGD dla osób, które nie korzystają/nie posiadają poczty elektronicznej	Liczba wypełnionych ankiet w wersji papierowej - 40			Działanie bezkosztowe	Liczba odbiorców – 40 osób		
II półrocze	Zwiększenie aktywności liderów społecznych, NGO oraz przedsiębiorców w działaniach na rzecz rozwoju lokalnego	Wydarzenia promocyjne	<ul style="list-style-type: none"> <li>przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć własną działalność gospodarczą,</li> <li>organizacje pozarządowe (NGO),</li> <li>JST,</li> <li>liderzy społeczni</li> <li>ogół mieszkańców obszaru LGD</li> </ul>	Wyjazdy studyjne	<ul style="list-style-type: none"> <li>Liczba zorganizowanych wyjazdów studyjnych – 1</li> <li>Liczba uczestników wyjazdów studyjnych - min. 15 osób/wyjazd</li> </ul>	9300 zł - koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA.	Łączny planowany budżet na działanie <i>Wydarzenia promocyjne</i> – 9300,00 zł	Liczba odbiorców – min. 15 osób			
II – III kwartał	Promocja operacji realizowanych w ramach LSR	Kampania informacyjna nt. realizowanych operacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>ogół mieszkańców obszaru LGD</li> </ul>	Organizacja imprez promujących LSR	<ul style="list-style-type: none"> <li>Liczba zorganizowanych imprez promujących LSR - 3</li> <li>Liczba osób uczestniczących w eventach/imprezach – ok. 200/ impreza</li> </ul>	34.500,00 – koszt 1 imprezy 11.500,00 zł x 3 (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)	Łączny planowany budżet na działanie <i>Promocja operacji realizowanych w ramach LSR</i> 79.675,00 zł	Liczba odbiorców – 600 osób			
I półrocze			Materiały edukacyjne, gadzety	- Zakup gadżetów – 1 komplet	21.150,00 zł (gadżety komplet – 21 150,00 zł, koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)	Liczba odbiorców – 2650 osób					
I - XII			Konkurs graficzny oraz wydanie kalendarza	<ul style="list-style-type: none"> <li>Liczba konkursów graficznych – 2</li> <li>Liczba wydrukowanych kalendarzy – 250</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>10.825,00 zł konkurs graficzny 2 edycje 2 x 3600,00=7200,00</li> <li>kalendarze 250 sztuk x 14,50 = 3625,00</li> </ul> (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)	Liczba odbiorców – 490 osób					

<sup>2</sup> Zostanie wydany 1 terminarz realizujący kilka celów komunikacyjnych w łącznym nakładzie w 2020 roku 300 sztuk

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 - III kwartał	j.w.	j.w.	j.w.	Wydarzenia z udziałem LGD: mobilny punkt informacyjny	- Liczba wydarzeń z udziałem LGD: mobilny punkt informacyjny – 6	13 200,00 = 2200,00 zł /punkt x 6 punktów (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)	Liczba odbiorców – 1200 osób	
II półrocze	Aktywizacja przedstawicieli różnych sektorów i grup interesów w proces wdrażania oraz monitoringu i ewaluacji LSR	Kampania informacyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>ogół mieszkańców obszaru LGD,</li> <li>przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć własną działalność gospodarczą,</li> <li>osoby z grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy,</li> <li>organizacje pozarządowe (NGO),</li> <li>JST,</li> <li>liderzy społeczni</li> </ul>	Kampania medialna - artykuły w prasie lokalnej	- Liczba artykułów w lokalnej prasie – 2	360 zł - koszt jednej emisji artykułu w kolorze o wielkości min. 3x1 moduł –180 zł (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)	Łączny planowany budżet na działanie <i>Kampania informacyjna</i> 1165,00 zł	„Czas Rypina” – nakład 1900 szt. tj. 1900 osób/1 art. „CRY” – nakład 3000 szt. tj. 3000 osób/1art.
I - XII				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 – 16000 (16.000 wejść na stronę rocznie)
II półrocze	Informowanie o wynikach bieżącego monitoringu oraz wynikach działań ewaluacyjnych	j.w.	•ogół mieszkańców obszaru LGD	Kampania medialna - artykuły w prasie lokalnej	- Liczba artykułów w lokalnej prasie – 1	180 zł - koszt jednej emisji artykułu w kolorze o wielkości min. 3x1 moduł –180 zł (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)	Czas Rypina” – nakład 1900 szt. tj. 1900 osób/1 art. „CRY” – nakład 3000 szt. tj. 3000 osób/1art.	
I-XII				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 – 16000 (16.000 wejść na stronę rocznie)
I półrocze				Ulotki informacyjne	Liczba wydrukowanych ulotek – 1250 sztuk <sup>3</sup>	625 zł – 1250 sztuk x 0,50 zł/szt. (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)		Liczba odbiorców – 1250 osób
I-XII				Plakaty informacyjne w kawiarence dla obywateli	Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych - 20	Plakaty drukowane są we własnym zakresie (projekt , wydruk) z wykorzystaniem materiałów będących w dyspozycji biura, działanie bezkosztowe		Liczba odbiorców – 2000 osób
				Informacje wysyłane pocztą elektroniczną do osób, które brały udział we wcześniejszych formach działania i udostępniły LGD swoje adresy e-mail	- Liczba wysłanych e-maili informacyjnych – 20	Działanie bezkosztowe	Liczba odbiorców – 20 osób	

<sup>3</sup> Zostanie wydana 1 ulotka realizująca kilka celów komunikacyjnych w łącznym nakładzie w 2020 roku 2500 sztuk

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki wraz z wartościami	Planowany/prognozowany budżet		Planowane efekty działań komunikacyjnych
I - XII	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"> <li>ogół mieszkańców obszaru LGD,</li> <li>przedsiębiorcy oraz osoby chcące założyć własną działalność gospodarczą,</li> <li>osoby z grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy,</li> <li>organizacje pozarządowe (NGO),</li> <li>JST,</li> <li>liderzy społeczni</li> </ul>	Informacja na stronie internetowej LGD oraz na tablicy informacyjnej w siedzibie LGD o możliwości konsultacji i doradztwa. Informacja wywieszona w PUP oraz jednostkach pomocy społecznej poszczególnych gmin, ODR	- Liczba porad lub konsultacji udzielonych w biurze LGD - 25	Doradztwo świadczone jest przez pracowników Biura w ramach zakresu obowiązków	Łączny planowany budżet na działanie 1. <i>Bezpośrednie spotkanie w Biurze LGD</i> 0,00 zł	Liczba odbiorców – 25 osób
		2. Kawiarenka dla obywateli		Spotkania informacyjne	- Liczba spotkań w Kawiarence dla obywateli - 10 - Liczba osób uczestniczących w spotkaniach – 50 (5 osób / spotkanie)	200 zł, obejmuje poczęstunek w postaci: kawa, herbata, dodatki, ciastka, cukierki, paluszki itp.  (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)	Łączny planowany budżet na działanie 2. <i>Kawiarenka dla obywateli</i> 200,00 zł	Liczba odbiorców – 50 osób