

**Harmonogram realizacji Planu komunikacji z lokalną społecznością na 2025 rok**  
**Miejsce realizacji: Biuro LGD Ziemia Gotyku, obszar LSR i poza obszarem LSR**

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych wraz z wartościami	Planowane efekty działań komunikacyjnych	Szacowany budżet działania
I poł. 2025 i II poł. 2025	Skuteczne i systematyczne podnoszenie poziomu wiedzy mieszkańców na temat Lokalnej Grupy Działania oraz Lokalnej Strategii Rozwoju (LSR), celów i przedsięwzięć, budżetu, o możliwości korzystania ze środków LSR, zasadach przyznawania pomocy i realizacji operacji oraz projektów.	Opracowanie i rozpowszechnianie materiałów informacyjnych i promocyjnych skierowane do konkretnych grup docelowych (głównie w formie elektronicznej)	Stworzenie i prowadzenie <b>bazy mailowej</b> lokalnych liderów w celu informowania drogą mailową o konkursach, konsultacjach społecznych i wydarzeniach organizowanych przez LGD.	- sołtysi, sołtycki, radni i radnie gmin, powiatu, województwa, przedstawiciele i przedstawicielki instytucji kultury i/lub edukacyjnych oraz organizacji społecznych i grup nieformalnych mających siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotek, domów kultury, szkół, uniwersytetów trzeciego wieku, stowarzyszeń, fundacji, KGW, OSP, klubów seniora, klubów młodzieżowych, klubów sportowych, związków harcerskich itp.	- utworzenie i prowadzenie 1 bazy mailowej lokalnych liderów - min. 50 adresów email	- min. 5 wiadomości rocznie przesłanych za pośrednictwem bazy mailowej Źródło pomiaru: baza własna LGD	Praca świadczona przez pracowników Biura LGD
I poł. 2025 i II poł. 2025			Stworzenie <b>newslettera</b> do strony internetowej LGD i wysyłka informacji o wydarzeniach społecznych i organizowanych przez LGD.	- wszystkie grupy docelowe wskazane w planie komunikacji, wskazane grupy docelowe zgłaszają chęć otrzymania takich informacji poprzez newsletter	- utworzenie i prowadzenie 1 bazy mailowej lokalnych liderów - min. 50 odbiorców zapisanych do newslettera	- min. 4 wydania newslettera w roku Źródło pomiaru: wydruk z panelu administratora	Praca świadczona przez pracowników Biura LGD
I poł. 2025 i II poł. 2025		Działania informacyjno-promocyjne poprzez funkcjonowanie strony internetowej LGD	<b>Funkcjonowanie strony internetowej LGD zgodnie z interfejsem (layoutem) wskazanym w Standardzie Planu Komunikacji</b> - prowadzenie i bieżąca aktualizacja strony internetowej LGD poprzez zamieszczanie m.in.: informacji o aktualnym harmonogramie naborów oraz wynikach konkursów, informacja o wszystkich zrealizowanych projektach w zakresie LSR, roczne sprawozdanie z wdrażania LSR.	- wszystkie osoby odwiedzające stronę internetową LGD, w szczególności grupy docelowe wskazane w planie komunikacji	- min. 1 aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD. Interfejs strony internetowej zgodny z załącznikiem do Standardu minimum planu komunikacji	- min. 2000 odsłon/wyświetleń strony LGD w ciągu roku Źródło pomiaru: raport ze strony	10 000,00 zł

I pol. 2025 i II pol. 2025	Działalność doradczą LGD w zakresie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy i/lub wniosków o powierzenie grantów	<b>Doradztwo indywidualne</b> – forma komunikacji dwustronnej z aktywnym zaangażowaniem dwóch stron, pracownika biura LGD lub wyjątełego przez biuro specjalisty skierowane do potencjalnego wnioskodawcy lub wnioskodawcy już uczestniczącego w procesie wdrożenia LSR.	- wszystkie grupy docelowe wskazane w planie komunikacji zainteresowane ubieganiem się o środki w ramach konkursów ogłaszanych przez LGD	- min. 10 porad udzielonych rocznie w okresie prowadzonych naborów (usług doradczych)	- min. 5 odbiorców udzielonych porad rocznie w okresie prowadzonych naborów Źródło pomiaru: rejestr doradztwa	Praca świadczona przez pracowników Biura LGD
I pol. 2025 i II pol. 2025	Udzielanie informacji w biurze LGD	Bezpośredni kontakt pracownika biura LGD z osobą zainteresowaną pozyskaniem informacji w formie wizyty w biurze, telefonu lub e-maila, wiadomości przez komunikator od osoby zainteresowanej działalnością LGD lub LSR, udzielenia odpowiedzi, zachęcenie do aktywnego włączenia się w działania w ramach LSR.	- wszystkie osoby korzystające z mediów społecznościowych, w szczególności: grupy docelowe wskazane w planie komunikacji	- 1 punkt informacji działający w biurze LGD	- min. 20 osób rocznie, którym udzielono informacji w biurze LGD (wizyta w biurze, telefon, email, wiadomość przez komunikator) Źródło pomiaru: lista / zestawienie / notatka	Praca świadczona przez pracowników Biura LGD
I pol. 2025 i II pol. 2025	Upoproszczenie informacji o działalności LGD i możliwości aktywnego włączenia się w działania i funkcjonowanie LGD	Działania informacyjno-aktywizacyjne poprzez profile w mediach społecznościowych	Prrowadzenie i bieżąca aktywność LGD w mediach społecznościowych np. Facebook poprzez zamieszczanie postów, filmików, relacji itp. dotyczących działalności LGD, z zachęcaniem do dwustronnej komunikacji, reagowania, komentowania, wyrażania opinii np. poprzez sondáže.	- wszystkie osoby korzystające z mediów społecznościowych, w szczególności: grupy docelowe wskazane w planie komunikacji	- min. 1 kanał społecznościowy prowadzony przez LGD np. Facebook - min. 4 różne aktywności w miesiącu danego roku Źródło pomiaru: print screen	Praca świadczona przez pracowników Biura LGD



I poł. 2025	Skuteczne i systematyczne podnoszenie poziomu wiedzy mieszkańców na temat Lokalnej Grupy Działania oraz Lokalnej Strategii Rozwoju (LSR), celów i przedsięwzięć, budżetu, o możliwości korzystania ze środków LSR, zasadach przyznawania pomocy i realizacji operacji oraz projektów	Organizacja otwartych spotkań informacyjno – konsultacyjnych	- Forum generalne LGD	- wszystkie grupy docelowe działań komunikacyjnych wskazane w Planie komunikacji oraz inni partnerzy działający w obszarze społecznym i gospodarczym	- 1 zorganizowane Forum generalne LGD	- 1 raport z Forum generalnego LGD Źródło pomiaru: raport z Forum generalnego LGD	2000,00
I poł. 2025			- otwarte spotkania informacyjno-konsultacyjne z przedstawicielami grup docelowych działań komunikacyjnych w każdej gminie obszaru LSR. Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnie informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców gminy.	- wszystkie grupy docelowe działań komunikacyjnych wskazane w Planie komunikacji z każdej gminy obszaru LSR	- 1 zorganizowane spotkanie w każdej gminie, w sumie 5 spotkań	- liczba zorganizowanych spotkań informacyjno-konsultacyjnych w każdej gminie. Minimalna wartość: 5 spotkań  Źródło pomiaru: raport LGD ze spotkań	2500,00
I poł. 2025 i II poł. 2025	Podniesienie poziomu wiedzy i umiejętności w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR	Organizowanie szkoleń tematycznych związanych z prowadzonymi naborami wniosków w ramach LSR	- wszystkie osoby lub reprezentanci podmiotów zainteresowanych ubieganiem się o wsparcie w zakresie ogłoszonych przez LGD naborów wniosków o przyznanie pomocy / o powierzenie grantu	- wszystkie osoby lub reprezentanci podmiotów zainteresowanych ubieganiem się o wsparcie w zakresie ogłoszonych przez LGD naborów wniosków o przyznanie pomocy / o powierzenie grantu	- min. 1 szkolenie/część szkolenia dot. każdego ogłoszonego konkursu / naboru wniosków	- min. 5 osób przeszkolonych w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/ powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia Źródło pomiaru: lista obecności	1000,00
II poł. 2025	Rozwinięcie działań integracyjno-aktywizacyjnych LGD potwierdzających inkluzyjny charakter LGD	Organizowanie otwartych wydarzeń dla społeczności z terenu LSR	- otwarte wydarzenia organizowane raz do roku, które ma na celu zintegrowanie i zaktywizowanie społeczności obszaru LSR oraz przedstawienia dotychczasowych działań LGD, zachęcenie do współpracy i do członkostwa, informowanie o	- wszystkie grupy docelowe wskazane w planie komunikacji, ze szczególnym naciskiem na osoby poniżej 25 r.z oraz osoby powyżej 60+ oraz osoby zdiagnozowane w LSR jako osoby należące do grup wymagające aktywizacji i integracji	- min. 1 wydarzenie organizowane raz do roku np. festyn, rajd, piknik ekologiczny, konkurs, spływ, koncert, przedstawienie itp. lub - min. 3 MPI/rok	- min. 100 uczestników wydarzeń/ wydarzeń / MPI Źródło pomiaru: sprawozdanie (opracowanie własne LGD)	10 000,00

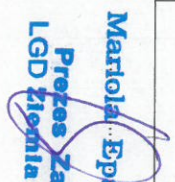
			<p>harmonogramie planowanych naborów w ramach wdrażania LSR, wydarzenie może być elementem szerszej kampanii promocyjnej RLKS (Rozwój Lokalny Kierowany przez Społeczność) w województwie kujawsko-pomorskim, wpisany do wspólnego kalendarza</p> <p>lub</p> <p>organizacja MPI - Mobilnych Punktów Informacyjnych RLKS – punktów organizowanych przez LGD podczas różnorodnych wydarzeń realizowanych na obszarze LSR lub poza obszarze LSR (ale na terenie województwa kujawsko-pomorskiego) przez różne podmioty, w tym LGD. Otwarte wydarzenie/Mobilny Punkt Informacyjny LGD powinny zostać oznakowane roll-upem lub x-banner o min. wymiarach 100x200 cm zgodnym z wizualizacją przekazaną przez ZW</p>	<p>form działania zróżnicowanych i/lub siecjalących zniierzających do pobudzenia aktywności i współpracy osób, grup i instytucji na obszarze LSR, pobudzenia społeczności lokalnej do podejmowania aktywności w obszarze celów określonych w LSR, planowania projektów w środowisku lokalnym, wzmocnienia kapitału społecznego, budowania partnerstw i sieci współpracy grup tematycznych i branżowych, w szczególności wspierania grup w niekorzystnej sytuacji np. spotkania animacyjne,</p>	<p>- wszystkie grupy docelowe wskazane w planie komunikacji, ze szczególnym naciskiem na osoby poniżej 25 r.ż. oraz osoby powyżej 60+, osoby zdiagnozowane w LSR jako osoby należące do grup w niekorzystnej sytuacji oraz osoby prowadzące działalność gospodarczą</p>	<p>- min. 2 warsztaty aktywizujące społeczność, w szczególności osoby poniżej 25 r.ż. oraz osoby powyżej 60+, osoby zdiagnozowane w LSR jako osoby należące do grup w niekorzystnej sytuacji oraz osoby prowadzące działalność gospodarczą, młodzież np. graffiti, seniorów np. malowanie na szkle, rękodzieło, kobiety np. warsztaty rozwojowe</p>	<p>- min. 10 osób uczestniczących w działaniach animacyjnych i/lub siecjalących Źródło pomiaru: lista obecności</p>	2500,00
II pol. 2025	Zwiększenie poziomu współpracy pomiędzy lokalnymi partnerami z obszaru LSR	Zwiększenie poziomu włączenia społecznego grup osób w niekorzystnej sytuacji	Zwiększenie poziomu włączenia społecznego grup osób w niekorzystnej sytuacji na obszarze LSR oraz w szczególności seniorów w wieku 60+ i osób młodych do 25 r.ż.	Działania animacyjne i siecjalące np. organizacje i/lub przedsiębiorców z obszaru LSR				

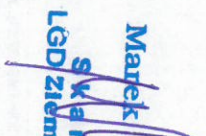


I poł. 2025 i/lub II poł. 2025	Zwiększenie poziomu współpracy pomiędzy lokalnymi partnerami z obszaru LSR	Kojarzenie lokalnych partnerów w kierunku podejmowania wspólnych działań i inicjatyw na rzecz lokalnego środowiska	- rozwój lokalnej bazy partnerów udostępnionej przez aplikację OMIKRON to narzędzie kojarzenia lokalnych partnerów w kierunku nawiązywania kontaktów i podejmowania współpracy w ramach projektów, w szczególności grantów, poprzez rozwijanie i aktualizowanie bazy lokalnych partnerów	warsztaty, konkursy tematyczne, spotkania sieciujące, internetowe grupy dyskusyjne itp	- wszystkie grupy docelowe wskazane w planie komunikacji, ze szczególnym uwzględnieniem lokalnych organizacji, instytucji i grup nieformalnych z obszaru LSR	- 1 funkcjonująca lokalna baza partnerów	- min. 2 nowych partnerów w okresie realizacji LSR - min 1 ogłoszenie opublikowanych w bazie	Praca świadczona przez pracowników Biura LGD
II poł. 2025	Podnoszenie świadomości społeczności lokalnej w zakresie tematów ważnych w ramach LSR, tj. włączenia społecznego, przeciwdziałania wszelkim formom dyskryminacji, ochronie środowiska i przeciwdziałania zmianom klimatu, rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, integracji międzypokoleniowej, budowaniu partnerstwa lokalnego, wdrażania	Kampanie informacyjne ukierunkowane na podnoszenie świadomości w zakresie ważnych celów LSR, w tym ochrona środowiska i przeciwdziałanie zmianom klimatu, aktywizacja i integracja społeczna, w tym w zakresie włączenia społecznego osób w niekorzystnej sytuacji, aktywizacji młodych i osób w wieku 60+, rozwoju lokalnych usług i przedsiębiorczości	W kampanii zastosowane mogą być różnicowane środki przekazu np. plakat promocyjno-informacyjny, krótki filmik lub reportaż podnoszący treści ważnych celów LSR, ulotka informacyjno-promocyjna, akcja społeczna np. sadzenia ogrodu deszczowego czy łąki kwietnej, artykuł prasowy itp.	- wszystkie grupy docelowe wskazane w planie komunikacji, ze szczególnym naciskiem na osoby poniżej 25 r.ż oraz osoby powyżej 60+, osoby zdiagnozowane w LSR jako osoby należące do grup w niekorzystnej sytuacji oraz osoby prowadzące działalność gospodarczą	Min. 1 kampania związana z ważnym celem LSR	- min. 10 osób uczestniczących w kampaniach Źródło pomiaru: sprawozdanie (opracowanie własne LGD)	3000,00	

rozwiązani innowacyjnych						
-----------------------------	--	--	--	--	--	--

Łysomice, 25.11.2024 r.

  
**Mariola Epa-Pikuta**  
 Prezes Zarządu  
 LGD Ziemia Gotybu

  
**Marek Komuda**  
 SKA R b n i k  
 LGD Ziemia Gotybu