

### 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
IV - XII 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"> <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), JST,</li> <li>liderzy społeczni</li> </ul>	Kampania medialna - artykuły w prasie lokalnej	Liczba artykułów w prasie lokalnej - 6	1080 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 nt. funkcjonowania LGD (bieżące publikowanie informacji)</i> 20 935,00 zł	„Czas Rypina” – nakład 1900 szt. tj. 1900 osób/1 art. „CRY” – nakład 3000 szt. tj. 3000 osób/1 art.
				Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych i ich jednostkach, tablicach informacyjnych -	Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych - 15	Plakaty drukowane są we własnym zakresie (projekt, wydruk) z wykorzystaniem materiałów będących w dyspozycji biura, działanie bezkosztowe		Liczba odbiorców – 1500 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 – 12 000 (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
				Publikacje: terminarze tygodniowe	Liczba terminarzy tygodniowych – 100 <sup>2</sup>	1800 zł – 100 sztuk x 18,00 zł/szt. (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)		Liczba odbiorców – 100 osób
				Kampania medialna - spoty informacyjne emitowane w lokalnej telewizji kablowej	Liczba wyemitowanych spotów informacyjnych w kablowej TV – 5	750 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 - 12	16.680,00 – 6 szkoleń dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów x 920,00 = 5.520,00 oraz 6 spotkań informacyjno-konsultacyjnych z elementami animacji x 1860,00 = 11.160,00		Liczba odbiorców – 138 osób
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	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), JST,</li> <li>liderzy społeczni</li> </ul>	Kampania medialna - artykuły w prasie lokalnej	Liczba artykułów w prasie lokalnej - 1	180 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>1. Kampania informacyjna nt. stanu realizacji LSR</i> 4680,00 zł	„Czas Rypina” – nakład 1900 szt. tj. 1900 osób/1 art.
				Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych, tablicach informacyjnych	Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 15	Plakaty drukowane są we własnym zakresie (projekt, wydruk) z wykorzystaniem materiałów będących w dyspozycji biura, działanie bezkosztowe		Liczba odbiorców – 1500 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 – 8000 (16.000 wejść na stronę rocznie)
				Ulotki i broszury informacyjne	Liczba wydrukowanych broszur informacyjnych – 3000 sztuk	2400,00 zł - wydruk 3000 broszur x 0,80 zł brutto/szt. (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)		Liczba odbiorców – 3000 osób

<sup>1</sup> Zostanie wydana 1 ulotka realizująca kilka celów komunikacyjnych w łącznym nakładzie w 2019 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	
	uwzględnieniem opinii osób z grup defaworyzowanych).			Publikacje: terminarze tygodniowe	Liczba terminarzy tygodniowych – 100 sztuk <sup>2</sup>	1800,00 zł – 100 terminarzy x 18,00 zł brutto/szt, (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)	Liczba odbiorców – 100 osób	
				Kampania medialna - spoty informacyjne emitowane w lokalnej telewizji kablowej	Liczba wyemitowanych spotów informacyjnych w kablowej TV - 2	300,00 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 - 10	Działanie bezkosztowe (korzystanie z darmowego formularza ankietowego)	Łączny planowany budżet na działanie 2. <i>Badanie satysfakcji</i> 0,00 zł	Liczba odbiorców – 10 osób
				Ankiety w wersji papierowej dostępne w biurze LGD dla osób, które nie korzystają/nie posiadają poczty elektronicznej	Liczba wypełnionych ankiet w wersji papierowej - 20	Działanie bezkosztowe		Liczba odbiorców – 20 osób
II połowa 2019	Promocja operacji realizowanych w ramach LSR	Kampania informacyjna nt. realizowanych operacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>ogół mieszkańców obszaru LGD</li> </ul>	Artykuły w prasie lokalnej	Liczba artykułów w prasie lokalnej - 3	540 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 nt. realizowanych operacji</i> 71 490,00 zł	„Czas Rypina” – nakład 1900 szt. tj. 1900 osób/1 art.
				Ulotki promocyjne	- Liczba ulotek promocyjnych – 1250 sztuk <sup>1</sup>	625,00 zł – wydruk 1250 kolorowych x 0,50 zł ulotek (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)		„CRY” – nakład 3000 szt. tj. 3000 osób/1 art.
				Publikacje: terminarze tygodniowe	Liczba terminarzy tygodniowych – 100 sztuk <sup>2</sup>	1800,00 zł – 100 terminarzy x 18,00 zł brutto/szt, (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)		Liczba odbiorców – 1250 osób
				Organizacja imprez promujących LSR	- Liczba zorganizowanych imprez promujących LSR - 2 - Liczba osób uczestniczących w eventach/imprezach – ok. 250/ impreza	23.000,00 – koszt 1 imprezy 11.500,00 zł x 2 (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)		Liczba odbiorców – 100 osób
Czerwiec 2019							Liczba odbiorców – 500 osób	
IV-XII 2019	j.w.	j.w.	j.w.	Materiały edukacyjne, gadżety Konkurs graficzny oraz wydanie kalendarza	- Zakup gadżetów – 1 komplet - Liczba konkursów graficznych – 2 - Liczba wydrukowanych kalendarzy – 250	32.325,00 zł (gadżety komplet – 21500,00; konkurs graficzny 2 edycje 2 x 3600,00=7200,00 kalendarze 250 sztuk x 14,50 = 3625,00 (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)	Liczba odbiorców - 3100	

<sup>2</sup> Zostanie wydany 1 terminarz realizujący kilka celów komunikacyjnych w łącznym nakładzie w 2019 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
III kwartał 2019	j.w.	j.w.	j.w.	Wydarzenia z udziałem LGD: mobilny punkt informacyjny	- Liczba wydarzeń z udziałem LGD: mobilny punkt informacyjny - 6	2200,00 zł /punkt x 6 = 13 200,00 (koszt na podstawie złożonego wniosku na KBiA)		Liczba odbiorców – 1200 osób
IV-XII 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"> <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