

# Harmonogram realizacji Planu komunikacji na rok 2026 LGD Stowarzyszenie „Dziedzictwo i Rozwój”

| L.p. | Nazwa działania komunikacyjnego                                               | Narzędzia i środki przekazu                                                                                                                                                                                | Miejsce realizacji             | Grupa docelowa                                                                                                                                                                                        | Czy grupa docelowa jest grupą w niekorzystnej sytuacji? | Termin realizacji       | Zakładane do osiągnięcia wskaźniki realizacji zadania                                        | Dokumenty potwierdzające realizację zadania                                 | Zakładana efektywność realizowanego zadania                                                     |
|------|-------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.   | Kampania informacyjna                                                         | Materiały informacyjno-promocyjne drukowane i elektroniczne np. ulotki, plakaty, kalendarze, mapa obszaru LGD, roll-upy, spot reklamowy na temat LGD i jej inicjatywach, posty na portalu społecznościowym |                                | Mieszkańcy obszaru LGD, Grupy osób w niekorzystnej sytuacji, Lokalni liderzy, Przedsiębiorcy, Organizacje pozarządowe, Jednostki Samorządu Terytorialnego, Instytucje Kultury, Turyst. Organy LGD.    | TAK                                                     | Styczeń – grudzień 2026 | Liczba wysłanych projektów materiałów informacyjno-promocyjnych w formie elektronicznej - 15 | Materiały w wersji elektronicznej                                           | Jak największa liczba odbiorców kampanii mailingowej                                            |
|      |                                                                               | Prowadzenie i aktualizacja strony internetowej LGD                                                                                                                                                         |                                | Liczba postów informacyjno-promocyjnych w mediach społecznościowych LGD - 30                                                                                                                          |                                                         |                         | Zrzuty ekranu                                                                                | Jak największy zasięg postów udostępnionych na portalu społecznościowym LGD |                                                                                                 |
| 2.   | Działania edukacyjno-szkoleniowe                                              | Organizacja bezpłatnych spotkań/szkoleń adresowanych do potencjalnych wnioskodawców i mieszkańców obszaru LGD                                                                                              | Obszar L.SR, gminy objęte L.SR | Potencjalni wnioskodawcy: Mieszkańcy obszaru LGD, Grupy osób w niekorzystnej sytuacji, Przedsiębiorcy, Organizacje pozarządowe, Jednostki Samorządu Terytorialnego, – odpowiednio do zakresu konkursu | TAK                                                     | Styczeń – grudzień 2026 | Liczba spotkań - 2                                                                           | Dokumentacja fotograficzna, listy obecności                                 | Jak największa liczba osób uczestniczących w spotkaniach/ szkoleniach                           |
|      |                                                                               | Działania doradcze prowadzone przez Biuro LGD                                                                                                                                                              |                                | Liczba szkoleń - 3                                                                                                                                                                                    |                                                         |                         | Materiały w wersji elektronicznej                                                            | Liczba osób korzystających z doradztwa - 40                                 |                                                                                                 |
| 3.   | Wydarzenia animujące i integrujące mieszkańców                                | Własna organizacja bezpłatnych wydarzeń animujących i integrujących (np. Forum KGW/OSP, rajd rowerowy, warsztaty rękodzielnicze, kurs komputerowy itp.) adresowanych do mieszkańców obszaru LGD            |                                | Mieszkańcy obszaru LGD, Grupy osób w niekorzystnej sytuacji, Lokalni liderzy, Organizacje pozarządowe, Organy LGD                                                                                     | TAK                                                     | Styczeń – grudzień 2026 | Liczba wydarzeń organizowanych przez LGD -4                                                  | Lista obecności, dokumentacja fotograficzna.                                | Jak największa liczba osób uczestniczących w wydarzeniach, w tym osób w niekorzystnej sytuacji. |
| 4.   | Badanie efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu | Badania ankietowe w formie ankiety wypełnianej na wydarzeniach animacyjno-szkoleniowych oraz ankiety on-line                                                                                               |                                | Grupy osób w niekorzystnej sytuacji, Przedsiębiorcy, Organizacje pozarządowe, Jednostki Samorządu Terytorialnego                                                                                      | TAK                                                     | Styczeń – grudzień 2026 | Liczba wypełnionych ankiet - 100                                                             | Ankieta                                                                     | Planowany zwrot ankiet od uczestników badań na poziomie 70%                                     |