

Harmonogram planu komunikacji na 2026 rok

Stowarzyszenia LGD „Dolina Gietczwi” w ramach wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju na lata 2024-2029

Zatwierdzony: 19.11.2025 r.

Lp.	Nazwa działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Planowany termin realizacji w 2026 roku		Wskaźniki	Efekty działań komunikacyjnych	Budżet
			1 półrocze	2 półrocze			
1	Kampania informacyjno – promocyjna nt. PS WPR, Leader i głównych źródeł LSR na lata 2024-2029 (Cel komunikacji nr 1)	publikacje na stronie internetowej LGD	X	X	liczba publikacji na stronie internetowej - 2	liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR – min. 1000	0 €
2	Kampania informacyjno-edukacyjna nt. zasad i kryteriów udzielania wsparcia z budżetu LSR oraz realizacji operacji w ramach PS WPR (Cel komunikacji nr 2)	materiały informacyjne do pobrania z WWW i w biurze LGD	X	X	liczba wytworzonych materiałów informacyjnych do pobrania z WWW - 2	liczba osób zainteresowanych pozyskaniem wsparcia w ramach LSR – minimum 50/rocznie	0 €
		spotkania informacyjno-konsultacyjne i szkolenia	X	X	liczba spotkań informacyjnych/szkoleń - 4		
		doradztwo indywidualne	X	X	liczba udzielonych porad indywidualnych - 20		
3	Kampania informacyjna na temat realizacji LSR (Cel komunikacji nr 3)	informacje na stronie internetowej LGD (coroczne raporty, zestawienia, informacja o naborach i wynikach)	X	X	liczba materiałów informacyjnych o bieżącej realizacji LSR na stronie internetowej LGD - 8	liczba osób poinformowanych o stanie realizacji LSR - 200	0 €
		informowanie członków LGD o stanie wdrażania LSR podczas warsztatów refleksyjnych	X	-	liczba warsztatów refleksyjnych - 1		
		sprawozdanie z działalności stowarzyszenia na WZC	X	-	liczba zebrań sprawozdawczych członków LGD - 1		

4	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy (Cel komunikacji nr 4)	ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy e-mail wnioskodawców	X	X	ankiety rozesełane do min. 50% wnioskodawców (zakończonych naborów)	zwrot ankiet na poziomie min. 25%	0 €
5	Kampania włączająco-aktywizująca mieszkańców obszaru LSR (Cel komunikacji nr 5)	wydarzenie animacyjno-integrujące	X	-	liczba wydarzeń animacyjno-integrujących - 1	liczba osób zaangażowanych w działania LGD – minimum 50/rocznie	3 000 €
		warsztaty tematyczne, aktywizujące i motywacyjne	X	X	liczba warsztatów - 4		
6	Komunikacja wewnętrzna w LGD (Cel komunikacji nr 7)	komunikacja bezpośrednia: spotkania/posiedzenia Zarządu, Rady, Walnego Zebrania	X	X	liczba odbytych spotkań/posiedzeń Zarządu, Rady, Walnego Zebrania - 6	sprawne wdrażanie LSR – tak/nie	0 €
		komunikacja pośrednia: kontakt telefoniczny, komunikatory, e-maile, spotkania online	X	X	liczba wykorzystanych form komunikacji pośredniej - 4		