| **TERMIN REALIZACJI** | **NAZWA DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNEGO** | **ZAKŁADANY WSKAŹNIK** | **BUDŻET [zł]** | **ADRESACI DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNEGO** | **ŚRODKI/NARZĘDZIA KOMUNIKACJI/PRZEKAZU** | **PLANOWANE EFEKTY DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH** | **UZASADNIENIE**  **ADEKWATNOŚCI DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH I ŚRODKÓW PRZEKAZU DO CELÓW I WSKAŹNIKÓW REALIZACJI TYCH DZIAŁAŃ** | **UZASADNIENIE**  **ADEKWATNOŚCI PLANOWANYCH EFEKTÓW DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH DO BUDŻETU TYCH DZIAŁAŃ** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **III KWARTAŁ 2024****VII-IX** | Katalog zrealizowanych projektów na stronie www – www projekty.barycz.pl,  | Liczba opisów dla projektów w trybie konkursowym i grantów Min. 100 opisów zrealizowanych projektów | 0,00 | mieszkańcy, beneficjenci, w tym grupy defaworyzowane określone w LSR | Liczba opisów zrealizowanych projektów na stronie projekty barycz.pl | Informowanie o rezultatach wdrażania LSR oraz o PROW i RiM. | Realizacja zadania ma na celu promocję strategii i zrealizowanych w ramach niej operacji. Organizacja konkursu ułatwi też LGD osiągnięcie wskaźników oddziaływania poprzez promocję tych operacji i dotarcie do jak największej liczby osób. | Nie dotyczy |
| Liczba odwiedzin strony internetowej LGD (projekty barycz.pl) Kod 4.5 500 osób zauważy rezultaty wdrażania LSR |
| Film podsumowujący wdrażanie LSR | Liczba filmów promujących LSR: 1 | 0,00 | mieszkańcy, beneficjenci, w tym grupy defaworyzowane określone w LSR | Liczba opisów zrealizowanych grantów na stronach LGD | Informowanie o rezultatach wdrażania LSR w ramach grantów | Realizacja zadania ma na celu promocję strategii i zrealizowanych w ramach niej operacji. Organizacja konkursu ułatwi też LGD osiągnięcie wskaźników oddziaływania poprzez promocję tych operacji i dotarcie do jak największej liczby osób. | Nie dotyczy |
| Liczba odwiedzin stron internetowych LGD Kod.4.5  500 osób zauważy rezultaty wdrażania LSR |
| Kampania informacyjna nt. głównych efektów wdrażania LSR | Liczba wydawnictw własnych – gazetka 1-a edycja na zakończenie wdrażania | 50 000,00 | mieszkańcy, beneficjenci, w tym grupy defaworyzowane określone w LSR | Wydawnictwo własne-gazetka | Poinformowanie ogółu mieszkańców o efektach wdrażania LSR | Realizacja zadania ma na celu promocję strategii i zrealizowanych w ramach niej operacji. Organizacja konkursu ułatwi też LGD osiągnięcie wskaźników oddziaływania poprzez promocję tych operacji i dotarcie do jak największej liczby osób. | Nie dotyczy  |
| Liczba osób, do których dotrze informacja (min 10 tyś. planowane min 10 tyś nakładu w każdej edycji gazetki) |

|  |
| --- |
|  |