

Harmonogram realizacji planu komunikacji na rok 2018

Lokalna Grupa Działania Zalew Zegrzyński

lp	Nazwa zadania	Narzędzia komunikacji wraz z opisem	Miejsce realizacji [gmina]	Grupa docelowa	Czy grupa docelowa jest grupą defaworyzowaną [tak/nie]	Termin realizacji [z dokładnością do miesiąca]	Planowana liczba uczestników	Planowany budżet zadania	Zakładana efektywność zrealizowanego zadania	Zakładane do osiągnięcia wskaźniki realizacji zadania	Dokumenty potwierdzające realizację zadania
1.	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR	Informacja w prasie lokalnej Kurier, Informator powiatu legionowskiego. Zostanie zamieszczony artykuł prasowy dotyczący założeń LSR.	wszystkie gminy powiatu legionowskiego, Legionowo	Mieszkańcy (w tym także przedstawiciele grup defaworyzowanych), JSFP, przedsiębiorcy, przedstawiciele organizacji pozarządowych, przedstawiciele sektora rybackiego i inne podmioty z obszaru lgd	tak	I połowa 2018	40 tys. (nakład gazety wynosi 40 tys.)	0,00	Efektom będzie podniesienie wiedzy Czytelników gazety "Kurier" np. nt. planowanego przez LGD wsparcia, możliwości uzyskania pomocy finansowej w ramach PROW 2014-2020 oraz PO RYBY 2014-2020, działaniach LGD itp.	8 000 osób pozyska wiedzę nt. LSR oraz możliwości uzyskania wsparcia za pośrednictwem LGD. (przy założeniu, że co piąta osoba przeczyta artykuł)	Egzemplarz gazety z zamieszczoną informacją.
2.	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR	Informacja w prasie lokalnej Kurier W.	wszystkie gminy LGD	Mieszkańcy (w tym także przedstawiciele grup defaworyzowanych), JSFP, przedsiębiorcy, przedstawiciele organizacji pozarządowych, przedstawiciele sektora rybackiego i inne podmioty z obszaru lgd	tak	I połowa 2018 II połowa 2018	80 tys. (nakład gazety wynosi 40 tys., planuje się ukazanie dwóch artykułów)	1 000,00	Efektom będzie podniesienie wiedzy Czytelników gazety "Kurier W" np. nt. planowanego przez LGD wsparcia, możliwości uzyskania pomocy finansowej w ramach PROW 2014-2020 oraz PO RYBY 2014-2020, działaniach LGD itp.	16 000 osób pozyska wiedzę nt. LSR oraz możliwości uzyskania wsparcia za pośrednictwem LGD. (przy założeniu, że co piąta osoba przeczyta artykuł)	Egzemplarz gazety z zamieszczoną informacją.
3.	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR	Strona internetowa LGDZZ, gmin i powiatów	Obszar LGD	Mieszkańcy (w tym także przedstawiciele grup defaworyzowanych), JSFP, przedsiębiorcy, przedstawiciele organizacji pozarządowych, przedstawiciele sektora rybackiego i inne podmioty z obszaru lgd	tak	2018	2000	0,00	Efektom będzie podniesienie wiedzy korzystających ze stron internetowych np. nt. planowanego przez LGD wsparcia, możliwości uzyskania pomocy finansowej w ramach PROW 2014-2020 oraz PO RYBY 2014-2020, działaniach LGD itp.	2000 osób pozyska wiedzę nt. LSR oraz możliwości uzyskania wsparcia za pośrednictwem LGD.	wydruki ze stron internetowych
4.	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR	Informacja na portalu społecznościowym lgd	Obszar LGD	Mieszkańcy (w tym także przedstawiciele grup defaworyzowanych), JSFP, przedsiębiorcy, przedstawiciele organizacji pozarządowych, przedstawiciele sektora rybackiego i inne podmioty z obszaru lgd	tak	2018	5000	0,00	Efektom będzie podniesienie wiedzy korzystających z portali społecznościowych np. nt. planowanego przez LGD wsparcia, możliwości uzyskania pomocy finansowej w ramach PROW 2014-2020 oraz PO RYBY 2014-2020, działaniach LGD itp.	5000 osób pozyska wiedzę nt. LSR oraz możliwości uzyskania wsparcia za pośrednictwem LGD.	wydruki ze strony portalu społecznościowego
5.	Kampania społeczna na rzecz podniesienia aktywności mieszkańców	Szkolenie dla potencjalnych beneficjentów	Legionowo	Mieszkańcy (w tym także przedstawiciele grup defaworyzowanych), JSFP, przedsiębiorcy, przedstawiciele organizacji pozarządowych, przedstawiciele sektora rybackiego i inne podmioty z obszaru lgd	tak	I połowa 2018	14	2 000,00	Efektom będzie podniesienie wiedzy grupy docelowej w zakresie wypełniania dokumentów aplikacyjnych tj. wniosków o dofinansowanie, biznes planów, zapoznanie się z dokumentacją w zakresie oceny wniosków o dofinansowanie, z lokalnymi kryteriami wyboru.	1 szkolenie, 14 osób przeszkolonych	lista obecności, zdjęcia
6.	Kampania społeczna na rzecz podniesienia aktywności mieszkańców	Targi Agroturystyki i Turystyki Wiejskiej Agrotavel 2018	Kielce	Pracownicy biura, członkowie LGDZZ, lokalni przedsiębiorcy	nie	04/2018	4	0,00	Efektom jest podwyższenie aktywności osób biorących udział w wydarzeniu na rzecz działań lokalnych służących rozwojowi obszaru LGDZZ poprzez działania promocyjne LGDZZ.	1 kampania społeczna	zdjęcia
7.	Kampania społeczna na rzecz podniesienia aktywności mieszkańców	Festiwal Aktywności Społecznej i Kulturalnej Sołectw, coroczny konkurs kierowany do mieszkańców obszaru LGD.	Jabłonna	Mieszkańcy obszaru LGDZZ.	nie	09/2018	2000	0,00	W wyniku realizacji zadania zwiększy się aktywność mieszkańców w zakresie działań na rzecz obszaru lgd. Udział mieszkańców poszczególnych sołectw zwiększy ich integrację z miejscem zamieszkania i lokalną społecznością.	2000 osób	zdjęcia
8.	Informowanie nt. warunków i sposobu weryfikacji, realizacji i rozliczenia projektów	Doradztwo świadczone przez pracowników biura LGD	Legionowo	Mieszkańcy (w tym także przedstawiciele grup defaworyzowanych), JSFP, przedsiębiorcy, przedstawiciele organizacji pozarządowych, przedstawiciele sektora rybackiego i inne podmioty z obszaru lgd	tak	2018	20	0,00	Efektom będzie podniesienie wiedzy osób korzystających z doradztwa w zakresie aplikowania o środki finansowe, poprawności przygotowywanej dokumentacji konkursowej.	5 osób/podmiotów skorzysta ze wsparcia	lista udzielonych konsultacji
9.	Działania w obszarze monitoringu i weryfikacji realizacji planu komunikacji	Za pomocą ankiety monitorującej	Obszar LGD	Kadra, członkowie LGD, beneficjenci, Mieszkańcy (w tym także przedstawiciele grup defaworyzowanych), JSFP, przedsiębiorcy, przedstawiciele organizacji pozarządowych, przedstawiciele sektora rybackiego i inne podmioty z obszaru lgd	tak	2018	5	0,00	Efektom będzie uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD, realizacji wskaźników (produktu, rezultatu) pod kątem przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie	5 podmiotów/osób wypełni ankietę monitorującą	podsumowanie z wypełnionych ankiet monitorujących
10.	Prezentacja projektów zrealizowanych i w trakcie realizacji	Strona internetowa LGDZZ	Obszar LGD	Mieszkańcy (w tym także przedstawiciele grup defaworyzowanych), JSFP, przedsiębiorcy, przedstawiciele organizacji pozarządowych, przedstawiciele sektora rybackiego i inne podmioty z obszaru lgd	tak	2018	5	0,00	Efektom będzie zapewnienie szerokiej akceptacji społecznej dla działań i kierunków rozwojowych realizowanych przy pomocy LSR	5 podmiotów/osób udostępni informacje nt zrealizowanej operacji	wydruki ze stron internetowych
11.	Kampania społeczna na rzecz podniesienia aktywności mieszkańców	Wyjazd studyjny w celu poznania dobrych praktyk oraz dziedzictwa historycznego, kulturowego i turystycznego	województwo dolnośląskie	Mieszkańcy obszaru LGDZZ.	nie	07 - 08 / 2018	35	30 000,00	Efektom będzie podniesienie wiedzy z zakresu możliwości otrzymania dofinansowania, poznania dobrych praktyk oraz nawiązania kontaktów.	1 wyjazd studyjny	lista uczestników wyjazdu
12.	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR	Informacja w prasie lokalnej Miejskowa. Zostanie zamieszczony artykuł prasowy dotyczący założeń LSR.	wszystkie gminy powiatu legionowskiego, Legionowo	Mieszkańcy (w tym także przedstawiciele grup defaworyzowanych), JSFP, przedsiębiorcy, przedstawiciele organizacji pozarządowych, przedstawiciele sektora rybackiego i inne podmioty z obszaru lgd	tak	II połowa 2018	10 tys. (nakład gazety wynosi 10 tys.)	800,00	Efektom będzie podniesienie wiedzy Czytelników gazety "Miejskowa" np. nt. planowanego przez LGD wsparcia, możliwości uzyskania pomocy finansowej w ramach PO RYBY 2014-2020, działaniach LGD itp.	2 000 osób pozyska wiedzę nt. LSR oraz możliwości uzyskania wsparcia za pośrednictwem LGD. (przy założeniu, że co piąta osoba przeczyta artykuł)	Egzemplarz gazety z zamieszczoną informacją.

Legionowo, 11.12.2018 r.