

Harmonogram realizacji planu komunikacji na rok 2025

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, kwartału]	Wartość wskaźnika	Planowany budżet zadania	Zakładana efektywność zrealizowanego zadania	Zakładane do osiągnięcia wskaźniki realizacji zadania	Dokumenty potwierdzające realizację zadania
1.	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR	Ulotki	Obszar LGD	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy, w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji	nie	I kw. 2025	1000	2 000,00	Efektom będzie poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR	Liczba wydanych ulotek	wydrukowana ulotka
2.	Spotkania informacyjno-szkoleniowe dot. przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	Otwarte spotkania informacyjno-szkoleniowe	Obszar LGD	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy, w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji	nie	I kw. 2025	9	0,00	Efektom będzie podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	Liczba spotkań	lista uczestników szkoleń, dokumentacja zdjęciowa
3	Informowanie nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Doradztwo indywidualne	Obszar LGD	Beneficjenci oraz wnioskodawcy, w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji	nie	2025	30	0,00	Efektom będzie podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczenia operacji	Liczba osób, którym udzielono doradztwa	ewidencja udzielonego doradztwa
4	Kampania informacyjna nt. terminów przyjmowanych wniosków	Strona internetowa LGD i strony internetowe gmin członkowskich,	Obszar LGD	Potencjalni wnioskodawcy w zależności od naboru, w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji	nie	I - II kw. 2025	1	0,00	Efektom będzie poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Liczba zamieszczonych informacji na stronie LGD i stronach gmin członkowskich,	wydruki ze stron internetowych
5	Kampania informacyjna nt. terminów przyjmowanych wniosków	Portal społecznościowy,	Obszar LGD	Potencjalni wnioskodawcy w zależności od naboru, w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji	nie	I - II kw. 2025	1	0,00	Efektom będzie poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Liczba zamieszczonych informacji na portalu społecznościowym.	wydruk portalu społecznościowego
6	Kampania informacyjna nt. terminów przyjmowanych wniosków	Prasa	Obszar LGD	Potencjalni wnioskodawcy w zależności od naboru, w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji	nie	I - II kw. 2025	1	500,00	Efektom będzie poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Liczba zamieszczonych informacji w prasie	egzemplarz prasy
7	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczącego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz rozliczenia realizowanych operacji	Ankieta wypełniana po doradztwie	Obszar LGD	Wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji, w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji	nie	2025	20	0,00	Efektom będzie uzyskanie zewnętrznej wiedzy nt. jakości doradztwa w celu np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych.	Liczba wypełnionych ankiet	wypełnione ankiety