

Harmonogram realizacji planu komunikacji na rok 2018 r.

Stowarzyszenie Perły Mazowsza Lokalna Grupa Działania

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	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD oraz działań komunikacyjnych w 2017 roku. Cel komunikacji: - Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt - Uzyskanie informacji dotyczących jakości prowadzonych naborów w 2017 roku - Uzyskanie informacji dotyczącej jakości prowadzonych działań komunikacyjnych.	Ankiety pozostawione w urzędach gmin, biurze LGD oraz na stronie www. LGD, opinie umieszczane na portalach społecznościowych LGD.	Obszar LSR ¹	Wnioskodawcy, osoby uczestniczące w szkoleniach organizowanych przez Biuro LGD oraz korzystający z doradztwa udzielanego przez pracowników Biura LGD.	Tak	styczeń – październik 2018r	180	1 200 zł	Liczba ankiet / opinii dot. jakości prowadzonych działań komunikacyjnych, co pozwoli na skuteczniejszą realizację Planu komunikacji w kolejnych latach.	Ankiety monitoringowe: 60 szt. Ankiety satysfakcji 60 szt. Ankiety / opinie online 60 szt.	Egzemplarze ankiet papierowych 120 szt. Ankiety / opinie on-line 60 szt. Raport monitoringowy 1 szt.
2	Wybór projektów – szczegóły. Cel komunikacji – poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny przez organ decyzyjny LGD	1. Warsztaty w siedzibie biura LGD – 2 szt. (2 x 8 h szkolenia). 2. Konsultacje on-line - przeprowadzone za pomocą czatu na portalu Facebook oraz za pomocą komunikatora Skype wg. zaplanowanego wcześniej harmonogramu. W czasie tych konsultacji pracownicy biura przedstawiają plan działań LGD na lata 2016 - 2023 informacji o możliwościach	Obszar LSR ¹	Potencjalni wnioskodawcy w tym osoby z grup docelowych oraz defaworyzowanych ujętych w LSR.	Tak	czerwiec – październik 2018r	100	2 200 zł	Liczba osób które wzięły udział w warsztatach, konsultacjach on-line.	Warsztaty w siedzibie biura LGD – 2 sztuki; Konsultacje on line – 3 sztuki; Ogłoszenia na stronach www i portalach społecznościowych (zgodnie z liczbą zaakceptowanych naborów wniosków)	Listy obecności oraz rejestr doradztwa dla potencjalnych wnioskodawców, którym udzielane będą informacje. Rejestr rozmów on-line formie chat i skype. Print screany ogłoszeń ze stron www i portali społecznościowych.

¹ Gmina Tarczy, Góra Kalwaria, Prażmów, Konstancin Jeziorna

		dofinansowania i zasadach opracowywania wniosków o przyznanie pomocy. (Dyżur specjalisty ds. naborów LGD 3 x 2 godz. zgodnie z harmonogramem konsultacji). 3. Ogłoszenia na stronach www i portalach społecznościowych - Ogłoszenia ukażą się przed ogłoszeniem naborów. Treść ogłoszeń skupi się na aspektach związanych z regulaminem naborów w roku 2018 oraz opisem kryteriów wyboru..									
3	Nabór wniosków dotyczących wybranych operacji. Cel komunikacji – Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborze wniosków dotyczących operacji realizowanych przez LGD w 2018 roku.	1. Artykuły: na stronie LGD oraz stronach gmin członkowskich oraz zamieszczane w prasie lokalnej. Treść artykułów skupi się na aspektach związanych z regulaminem ogłoszonego naboru oraz kryteriami wyboru operacji. 2. Ogłoszenia formatu A4 na tablicach w instytucjach publicznych obszaru LGD Perły Mazowsza. Treść ogłoszeń skupi się na aspektach związanych z regulaminem ogłoszonego naboru oraz kryteriami wyboru. 3. Spotkania informacyjne w gminach - cztery spotkania min 4h zostaną zorganizowane w Gminach wchodzących w skład LGD. Na spotkaniach omawiane będą aspekty związane z naborem wniosków oraz wyjaśniane będą poszczególne kryteria wyboru operacji. Wnioskodawcy otrzymają materiały merytoryczne.	Obszar LSR 1	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy w tym osoby z grup docelowych oraz defaworyzowanych ujętych w LSR.	Tak	Czerwiec – październik 2018r	Ok. 100	4 500 zł	Liczby osób, które wzięły udział w spotkaniach nt. naborów i zasad wyboru operacji. Liczby osób, które złożyły wniosek o dofinansowanie za pośrednictwem LGD.	Artykuły: na stronie LGD oraz stronach gmin członkowskich – 5 szt.; Ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych - 6 sztuk. Szkolenia dotyczące składania wniosków 8 szt.. w następującym zakresie tematycznym: - obowiązujące przepisy prawa i wytyczne MRiRW , - postanowienia umowy ramowej i zapisy LSR , - obowiązujących w LGD procedury wyboru operacji, kryteria wyboru operacji, regulamin organu decyzyjnego oraz obowiązujące w tym zakresie interpretacji i regulacji prawnych.	Kopie artykułów i ogłoszeń. Fotografie tablic informacyjnych z umieszczonymi ogłoszeniami. Lista uczestników spotkań, fotografie ze spotkań informacyjno-szkoleniowych..
4	Kongres Lokalnej Przedsiębiorczości Obszaru Oddziaływania LGD „Perły Mazowsza”. Cel komunikacji - Spotkanie z przedsiębiorcami służące wymianie poglądów, poszukiwaniu nowych rozwiązań oraz wręczenie nagród za wybitne osiągnięcia na rzecz rozwoju	Kongres - Spotkanie z przedsiębiorcami służące wymianie poglądów, poszukiwaniu nowych rozwiązań oraz wręczenie nagród za wybitne osiągnięcia na rzecz rozwoju obszaru LGD. Podczas kongresu wygłoszonych zostanie 6	Obszar LSR 1	Przedsiębiorcy, rolnicy, NGO, wszyscy potencjalni zainteresowani.	Tak	Październik 2018r.	200	19 000 zł	Liczby przedsiębiorców i innych podmiotów związanych z biznesem, które miały możliwość uzyskać wiedzę nt. funkcjonowania LGD	Kongres - Spotkanie z przedsiębiorcami – 1 sztuk; referaty kongresowe - 6 sztuk.	lista osób obecnych na kongresie uzupełniona fotografiami z kongresu.

	obszaru LGD.	referatów/prezentacji. Ponadto zorganizowanych zostanie 12 stoisk promocyjnych: gmin, Lokalnych Grup Działania i przedsiębiorców wytwarzających produkty lokalne. Przeprowadzona zostanie akcja promocyjna Kongresu. 500 zaproszeń, oryginalna dekoracja sali wraz ze ścianką wystawową, materiały promocyjne i szkoleniowe dla uczestników kongresu. W kongresie weźmie udział 40 przedstawicieli przedsiębiorstw, 50 przedstawicieli samorządu, 40 przedstawicieli organizacji pozarządowych oraz 120 przedstawicieli mieszkańców LGD Perły Mazowsza.						oraz działalności LGD Perły Mazowsza			
5	Działania całoroczne - Promocja działalności LGD Cel komunikacji – Informowanie o bieżącej działalności LGD oraz działania promocyjne LGD.	1. Artykuł w prasie lokalnej promujący i informujący odbiorców o bieżącej działalności LGD w 2018 roku. (opracowanie merytoryczne artykułu, 1/2 strony gazety lokalnej wielkości ok formatu A4) min 30 tys. sztuk nakładu) 2. Trzy ogłoszenia na stronie www.lgd-tp.pl i portalach społ. min. 2 strony maszynopisu i opracowanie merytoryczne trzech ogłoszeń. ogłoszenia promujące i informujące odbiorców o bieżącej działalności LGD w latach 2016 - 2018, 3. Biuletyn LGD- opracowanie merytoryczne i techniczne biuletynu, nakład 300 sztuk 12 stron formatu A4 dostępnego w biurze LGD oraz w urzędach Gmin wchodzących w skład LGD, informującego o bieżącej działalności LGD oraz o planach LGD na kolejny rok. 4. 4 wizyty studyjne u potencjalnych beneficjentów. W czasie trwania tego rodzaju	Obszar LSR 1	Osoby z grup docelowych oraz defaworyzowanych ujętych w LSR , mieszkańcy obszaru LGD.	Tak	styczeń - grudzień 2018 r	2000	6 000 zł	Liczba odbiorców działań promocyjnych LGD.	Artykuły w prasie lokalnej- sztuk 2; Ogłoszenie na stronach www i portalach społ. Sztuk 3; Biuletyn LGD sztuk 300; adresaci e-newslettera - sztuk 1500 Konferencje - sztuk 1. Wizyty studyjne sztuk 4, przewodnik 200 sztuk, ulotki 500 sztuk,	kopie artykułów i publikacji , egzemplarze gazet, Print screany ze stron www lgd i urzędów gmin oraz portali społecznościowych. Egzemplarz biuletynu z wykazem miejsc jego dystrybucji. Listy obecności wraz z fotografiami z konferencji, wizyt studyjnych. lista adresów e-mail (adresatów newslettera). Wykaz miejsc dystrybucji, egzemplarze ulotek i przewodniki oraz fotografie elektronicznej formy tych dokumentów.

		<p>spotkań LGD będzie promować oraz informować o swojej działalności, cztery wyjazdy służbowe 4 x ok. 30 km.</p> <p>5. Poczta elektroniczna, e-newsletter - rozsyłanie za pomocą poczty elektronicznej biuletynu, ulotki i przewodnika, min 1000 adresatów z obszaru LGD Perły Mazowsza.</p> <p>6. Materiały informacyjne w formie:</p> <ul style="list-style-type: none">- Przewodnik formatu A4 min. 4 strony poświęcone przedstawieniu potencjalnym wnioskodawcom ścieżki opracowania wniosku, procedur naboru oraz zasad otrzymania dotacji na realizowaną operację.- opracowanie merytoryczne i graficzne oraz druk.- Ulotki format A w prosty i graficzny sposób zachęcający mieszkańców obszaru LGD Perły Mazowsza do udziału w naborach wniosków i realizacji inicjatyw wspólnie z LGD,- opracowanie merytoryczne i graficzne oraz druk. <p>7. Konferencja popularno-naukowa poświęcona promocji produktu lokalnego. 5 referatów, 80 słuchaczy z branży sadowniczej, agroturystycznej, władz lokalnych, NGO i mikroprzedsiębiorców.</p>								
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--