

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA 2016 ROK LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA STOWARZYSZENIA „SĄSIEDZI”

Termin realizacji	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego/grupa docelowa	Budżet	Przypisane środki przekazu	Zakładany wskaźnik realizacji	Uzasadnienie dotarcia do wybranej grupy	Uzasadnienie dotyczące wybranego środka przekazu
II połowa 2016 r. – lipiec	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2016-2022 (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR)	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2016-2022	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru i grupy defaworyzowane	Bezkosztowy	<ul style="list-style-type: none"> •informacja na oficjalnej stronie internetowej LGD, •informacja na oficjalnych stronach internetowych gmin obszaru LGD, 	<p>1 artykuł na stronie LGD</p> <p>1 artykuł na stronach gmin</p>	Informacja na stronach internetowych jest elementem przygotowującym do ogłaszanych naborów i będzie ogólnodostępna dla wszystkich grup.	Wysoka skuteczność środka przekazu informacji
II połowa 2016 r. – lipiec	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2016-2022 (głównych	Kampanie promocyjne dotyczące wdrażania LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz	Okolo 2 000 tys. zł	Działania aktywizujące /promujące dobre praktyki. Realizowane zadanie ma na	Liczba działań aktywizujących / promujących dobre praktyki – 1 szt.	Informacje przekazywane w sposób bezpośredni są doskonałą formą pozyskania wiedzy i stanowią formę	Wysoka skuteczność środka przekazu informacji

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA 2016 ROK LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA STOWARZYSZENIA „SĄSIEDZI”

	celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR)		organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru i grupy defaworyzowane		celu organizację pleneru malarskiego w Siemieniu Nadrzecznym /Gmina Łomża. Koszt zadania obejmuje zakup sprzętu/materiałów do malowania oraz wyżywienie uczestników pleneru.		ogólnodostępną dla wszystkich grup.	
I/II połowa 2016 r. – maj, czerwiec, lipiec	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych)	Kampania informacyjna nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru i grupy defaworyzowane	Bezkosztowy	Organizacja spotkań informacyjno – konsultacyjnych około 15 osób na spotkaniu, badanie ankietowe po spotkaniu	5 spotkań informacyjno – konsultacyjnych	Informacje przekazywane w sposób bezpośredni są doskonałą formą pozyskania wiedzy i stanowią formę ogólnodostępną dla wszystkich grup.	Wysoka skuteczność środka przekazu informacji
II	Poinformowanie	Kampania	Wszyscy	Bezkosztowy	Ogłoszenia	Jedno	Informacja	Wysoka

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA 2016 ROK LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA STOWARZYSZENIA „SĄSIEDZI”

połowa 2016 r. – sierpień	potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2016-2022 (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR)	informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2016-2022	potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru i grupy defaworyzowane		w siedzibach instytucji publicznych /urzędy, GOK/	ogłoszenie na 5 tablicach informacyjnych	przekazana poprzez ogłoszenia na tablicach informacyjnych jest elementem przygotowującym do ogłaszanych naborów i będzie ogólnodostępna dla wszystkich grup.	skuteczność środka przekazu informacji
II połowa 2016 r. – sierpień	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2016-2022 (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2016-2022	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru i grupy defaworyzowane	Bezkosztowy	Informacja przekazana do PUP w Łomży oraz do Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich w Łomży	1 oficjalne pismo skierowane do wskazanych instytucji	Informacja przekazana dla szerszej grupy instytucji jest elementem przygotowującym do ogłaszanych naborów i będzie ogólnodostępna dla wszystkich grup	Wysoka skuteczność środka przekazu informacji

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA 2016 ROK LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA STOWARZYSZENIA „SĄSIEDZI”

	z budżetu LSR)							
I/II połowa 2016r. – maj/ czerwiec lipiec sierpień wrzesień październik listopad grudzień	Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów.	Informowanie na temat warunków i sposobach realizacji oraz rozliczania projektów	Beneficjenci oraz projektodawcy	Bezkosztowy	Spotkania/ doradztwo indywidualne/ dyżury w siedzibie LGD	20 udzielonych porad	Formy spotkań/doradztwa indywidualnego czy dyżury w siedzibie LGD stanowią doskonałą formę przekazywania informacji oraz ogólnodostępność dla wszystkich grup.	Wysoka skuteczność środka przekazu informacji
I/II połowa 2016 r. – czerwiec-wrzesień	Zdobycie/poszerzenie wiedzy i kompetencji osób zaangażowanych we wdrażanie instrumentu RLKS	Kampanie promocyjne dotyczące wdrażania LSR	Osoby zaangażowane we wdrażanie instrumentu RLKS	Ok. 15 000 tys. zł	Uczestnictwo w szkoleniach wewnętrznych i zewnętrznych	Liczba szkoleń wewnętrznych i zewnętrznych – ok. 2 szt.	Poszerzenie wiedzy i kompetencji osób zaangażowanych we wdrażanie RLKS	Wysoka skuteczność środka przekazu informacji
II połowa 2016 r. – lipiec	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata	Kampanie promocyjne dotyczące wdrażania LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy,	Koszt zadania około 3 000 tys.	Działania aktywizujące /promujące dobre praktyki. Realizowane	Liczba działań aktywizujących / promujących dobre praktyki	Informacje przekazywane w sposób bezpośredni są doskonałą formą pozyskania wiedzy	Wysoka skuteczność środka przekazu

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA 2016 ROK LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA STOWARZYSZENIA „SĄSIEDZI”

	2016-2022 (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR)		rolnicy oraz organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru i grupy defaworyzowane	złoty	zadanie ma na celu współorganizację imprezy plenerowej w miejscowości Chojny Naruszczyki/gmina Miastkowo Koszt zadania 3 000 zł; w tym zakup nagród dla uczestników konkursu - 400 zł oraz catering dla uczestników imprezy 2 600 zł	- 1 szt.	i stanowią formę ogólnodostępną dla wszystkich grup.	informacji
II połowa 2016 r. – sierpień	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2016-2022 (głównych	Kampanie promocyjne dotyczące wdrażania LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje	Koszt zadania około 7 000 tysięcy złotych	Współorganizacja imprezy plenerowej pt. „Dzień Rolnika” w Bronowie/Gmin	Liczba imprez/wystaw /targów w których LGD weźmie udział –	Informacje przekazane poprzez udział w wystawach/targach stanowią doskonały element działań promujących,	Wysoka skuteczność środka przekazu informacji

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA 2016 ROK LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA STOWARZYSZENIA „SĄSIEDZI”

	celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR)		pozarządowe, mieszkańcy obszaru i grupy defaworyzowane		a Wizna/ oraz udział LGD jako wystawcy. Koszt zadania obejmuje zakup nagród dla uczestników konkursu – 3 000 tys. zł i catering dla uczestników imprezy plenerowej – 4 000 tys. zł	1 sztuki	informujących oraz stanowi metodę ogólnodostępną dla wszystkich grup.	
II połowa 2016 r. – sierpień	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2016-2022 (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach	Kampanie promocyjne dotyczące wdrażania LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru i grupy	Koszt zadania około 7 000 tysięcy złotych	Współorganizacja imprezy plenerowo/dożynekowej w Gminie Śniadowo oraz udział LGD jako wystawcy. Koszt zadania obejmuje	Liczba imprez/wystaw /targów w których LGD weźmie udział – 1 szt.	Informacje przekazane poprzez udział w wystawach/targach stanowią doskonały element działań promujących, informujących oraz stanowi metodę ogólnodostępną dla	Wysoka skuteczność środka przekazu informacji

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA 2016 ROK LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA STOWARZYSZENIA „SĄSIEDZI”

	operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR)		defaworyzowane		obsługę artystyczną – 5 000 tys. zł i catering – 2 000 tys. zł		wszystkich grup.	
II połowa 2016 r. – wrzesień	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2016-2022 (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR)	Kampanie promocyjne dotyczące wdrażania LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru i grupy defaworyzowane	Koszt zadania około 4 000 tysięcy złotych	Działania aktywizujące /promujące dobre praktyki. Realizowane zadanie ma na celu współorganizację imprezy plenerowej pt.,, Bieg pamięci września” Koszt zadania 4 000 zł i obejmuje: zakup pakietów startowych dla biegaczy, nagrody i	Liczba działań aktywizujących / promujących dobre praktyki – 1 szt.	Informacje przekazywane w sposób bezpośredni są doskonałą formą pozyskania wiedzy i stanowią formę ogólnodostępną dla wszystkich grup.	Wysoka skuteczność środka przekazu informacji

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA 2016 ROK LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA STOWARZYSZENIA „SĄSIEDZI”

					catering dla uczestników imprezy plenerowej			
II połowa 2016 r. wrzesień/ październik	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2016-2022 (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR)	Kampanie promocyjne dotyczące wdrażania LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru i grupy defaworyzowane	Koszt zadania około 4 000 tys. złotych	Współorganizacja imprezy plenerowej i turnieju piłki nożnej. Koszt zadania obejmuje – catering dla uczestników imprezy około 1 500 zł, zakup nagród, medali pucharów itp. dla uczestników turnieju oraz obsługa medyczna 300 zł, wynajem balonu wspinaczkowego 700 zł	Liczba imprez/wystaw/targów w których LGD weźmie udział – 1 szt.	Informacje przekazane poprzez udział w wystawach/targach stanowią doskonały element działań promujących, informujących oraz stanowi metodę ogólnodostępną dla wszystkich grup	Wysoka skuteczność środka przekazu informacji

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA 2016 ROK LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA STOWARZYSZENIA „SĄSIEDZI”

II połowa 2016 r. wrzesień/ październik	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2016-2022 (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia budżetu LSR)	Kampanie promocyjne dotyczące wdrażania LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru i grupy defaworyzowane	Bezkosztowy	Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD oraz stronach internetowych gmin obszaru LGD	Liczba zamieszczonych artykułów/publikacji 4 szt. na stronie internetowej LGD oraz 5 gmin o planowanych naborach	Informacja na stronach internetowych jest elementem przygotowującym do naborów i będzie ogólnodostępna dla wszystkich grup.	Wysoka skuteczność środka przekazu informacji
II połowa 2016 roku – listopad	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2016-2022 (głównych celach, zasadach przyznawania	Kampanie promocyjne dotyczące wdrażania LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe, mieszkańcy	3 000 tys. zł	Współorganizacja imprezy plenerowej pt., „Dziesięć strzałów ku chwale Ojczyzny” oraz udział LGD jako wystawcy. Koszt	Liczba imprez/wystaw/targów w których LGD weźmie udział – 1 szt	Informacje przekazane poprzez udział w wystawach/targach stanowią doskonały element działań promujących, informujących oraz	Wysoka skuteczność środka przekazu informacji

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA 2016 ROK LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA STOWARZYSZENIA „SĄSIEDZI”

	dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR)		obszaru i grupy defaworyzowane		zadania 3 000 tys. zł obejmuje – catering oraz zakup nagród dla uczestników imprezy		stanowi metodę ogólnodostępną dla wszystkich grup	
II połowa 2016 roku – listopad	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2016-2022 (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR)	Kampanie promocyjne dotyczące wdrażania LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru i grupy defaworyzowane	Koszt zadania około 7 000 tysięcy złotych	Działania aktywizujące /promujące dobre praktyki. Blok spotkań dotyczących tematyki wywózki mieszkańców Gminy Łomża na Syberię. Zadanie 1 – Konkurs recytatorski dla szkół podstawowych i	Liczba działań aktywizujących /promujących dobre praktyki - 1	Informacje przekazywane w sposób bezpośredni są doskonałą formą pozyskania wiedzy i stanowią formę ogólnodostępną dla wszystkich grup.	Wysoka skuteczność środka przekazu informacji

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA 2016 ROK LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA STOWARZYSZENIA „SĄSIEDZI”

					<p>gimnazjalnych o tematyce „Niebo Syberyjskie wczoraj i dziś” oraz konkurs prac literackich o w/w tematyce – zakup nagród w ramach konkursów - 2 000 tys. zł</p> <p>Zadanie 2 - Spotkanie z lokalną społecznością/rozstrzygnięcie konkursów - koszt zadania/catering 2 000 zł. oraz występy orkiestry śpiewającej pieśni patriotyczne</p>			
--	--	--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA 2016 ROK LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA STOWARZYSZENIA „SĄSIEDZI”

					3 000 tys. zł			
II połowa 2016 r. – grudzień	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2016-2022 (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR)	Kampanie promocyjne dotyczące wdrażania LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru i grupy defaworyzowane	Koszt ok. 5000 tys. zł	Wydanie publikacji dotyczącej pleneru malarskiego	Liczba wydanych publikacji – 1 sztuka	Wydanie publikacji stanowi doskonałe narzędzie działań promocyjnych wdrażania LSR	Wysoka skuteczność środka przekazu informacji
II połowa 2016 r. – grudzień	Pozyskanie informacji dotyczącej satysfakcji beneficjentów	Badanie opinii i satysfakcji beneficjentów	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru i grupy defaworyzowane	Bezkosztowy	Strona internetowa www.lgd-sasiedzi.pl	Liczba odwiedzin strony internetowej – około 1000 osób	Pozyskane informacje pozwolą na weryfikację zadowolenia o uzyskanej pomocy	Wysoka skuteczność środka przekazu informacji

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI NA 2016 ROK LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA STOWARZYSZENIA „SĄSIEDZI”

II połowa 2016 r. – grudzień	Pozyskanie informacji dotyczącej satysfakcji beneficjentów	Badanie opinii i satysfakcji beneficjentów	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru i grupy defaworyzowane	Bezkosztowy	Zebranie ankiet po szkoleniu/doradztwie	Liczba zebranych ankiet – 22 szt.	Informacje uzyskane na podstawie zebranych danych pozwolą na weryfikację opinii beneficjentów z udzielonego doradztwa/szklenia	Wysoka skuteczność środka przekazu informacji
-------------------------------------	------------------------------------------------------------	--------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------	-----------------------------------------	-----------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------