



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego

Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI – ROK 2024

Działania komunikacyjne	Grupa docelowa – adresaci działań komunikacyjnych	Środki przekazu działań komunikacyjnych	Indykatorywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne [EUR]	Termin 2024	Wskaźniki	Wartość docelowa 2024		Rezultaty działań
Kampania informacyjna na temat zadań LSR; przekazywanie informacji dotyczących warunków i zasad udzielania pomocy, kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, informowanie o rezultatach realizacji LSR, promocja działalności LGD.	Ogół zainteresowanych, w tym: <ul style="list-style-type: none"> potencjalni przyszli wnioskodawcy; mieszkańcy obszaru LGD (w tym osoby fizyczne zainteresowane podjęciem działalności gospodarczej); JSPF (jednostki sektora finansów publicznych); lokalni liderzy np. sołtysi, radni gmin; instytucje kulturalne i/lub edukacyjne mające siedzibę na obszarze LSR m.in. biblioteki, domy kultury, szkoły, uniwersytety trzeciego wieku; organizacje pozarządowe (w szczególności skupiające młodzież i seniorów) m.in. kół gospodyń wiejskich, ochotnicze straż pożarne, kluby sportowe; przedsiębiorcy mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR. 	Punkt informacyjny – biuro LGD Jedna z mediów społecznościowych np. You Tube, Facebook, Instagram Jedna aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD	0,00 0,00 0,00	x x x	Liczba osób odwiedzających biuro [osoba] Liczba artykułów/aktywności internetowych/informacyjnych lub promocyjnych [sztuka] Liczba odwiedzin/wyświetleń strony w ciągu roku [sztuka]	60 4 10000	Budowanie kapitału społecznego poprzez aktywizację mieszkańców obszaru LGD. Motywowanie, pobudzanie do działania lokalnej społeczności. Wzrost zaangażowania w kształtowanie własnego otoczenia. Wzrost poczucia tożsamości z regionem. Informowanie o przedsięwzięciach realizowanych w ramach LSR. Zainteresowanie działalnością realizowaną przez LGD.	
Zapewnienie odpowiedniej wizualizacji PS WPR, FEWL- EFS+ -LGD	<ul style="list-style-type: none"> potencjalni beneficjenci beneficjenci instytucje zaangażowane pośrednio i bezpośrednio we wdrażanie LSR 	Otwarte spotkanie informacyjno-konsultacyjne	1 200,00 główna kategoria wydatków: koszty dotyczące otwartych spotkań (wynajęcie sali, poczęstunek, itp.)	x	Ilość osób uczestniczących w spotkaniu [osoba]	50	Podniesienie wiedzy na temat działań podejmowanych przez LGD i włączenie obywateli na szczeblu lokalnym w inicjowanie i realizację działań na rzecz rozwoju lokalnego.	
Uzyskanie informacji zwrotnej (badanie satysfakcji) na temat: <ul style="list-style-type: none"> jakości usług świadczonych przez LGD, realizacji LSR, efektywności działań komunikacyjnych 	<ul style="list-style-type: none"> ogół społeczeństwa potencjalni beneficjenci beneficjenci organy stowarzyszenia uczestnicy szkoleń/spotkań 	Materiały promocyjne (przy założeniu minimalizacji wydatków na gadzety reklamowe oraz publikacji wymagających druku)	1 300,00 główna kategoria wydatków: materiały stałe lub okazjonalne (wizytówki, ulotki, billboard, itp.)	x	Liczba nośników znaków UE, PS WPR, FEWL- EFS+ [sztuka]	2	Zwiększenie rozpoznawalności znaku LGD. Zbudowanie i utrzymanie wysokiej rozpoznawalności PS WPR, FEWL- EFS+ na tle innych programów oraz funduszy europejskich.	
Uzyskanie informacji zwrotnej na temat: <ul style="list-style-type: none"> stanu realizacji LSR wskazywanie stanu osiągnięcia celów i wskaźników zaplanowanych w LSR) 	<ul style="list-style-type: none"> ogół społeczeństwa potencjalni beneficjenci beneficjenci organy stowarzyszenia uczestnicy szkoleń/spotkań 	Ankieta	0,00	x	Liczba osób, które wypełniły ankietę [osoba]	50	Monitorowanie stopnia realizacji poszczególnych operacji przez beneficjentów oraz stanu wdrażania LSR. W przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD nastąpi zmniejszowanie działań promocyjno-informacyjnych. W przypadku niskiej efektywności działań komunikacyjnych i zastosowania środków przekazu LGD zobowiązana jest do skorygowania planu komunikacji, uwzględniając uwagi zgłaszane w ankietach.	
Uzyskanie informacji zwrotnej na temat: <ul style="list-style-type: none"> stanu realizacji LSR wskazywanie stanu osiągnięcia celów i wskaźników zaplanowanych w LSR) 	<ul style="list-style-type: none"> ogół społeczeństwa potencjalni beneficjenci beneficjenci organy stowarzyszenia uczestnicy szkoleń/spotkań 	Report – stan wdrażania ZWL	0,00	x	Liczba raportów – stan wdrażania ZWL [sztuka]	1	Monitorowanie stopnia realizacji poszczególnych operacji przez beneficjentów oraz stanu wdrażania LSR. W przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD nastąpi zmniejszowanie działań promocyjno-informacyjnych.	

Prezes Zarządu
Roksana Fortuna-Kopij