



Fundusze Europejskie  
dla Lubuskiego

31124  
PLACOWY

STOWARZYSZENIE KRAJNA LASÓW I LASZÓR - LSI  
REGION 080285747 NIP 9252064102  
ul. Napolitańska 9, tel. 08 302 41 45,  
07-112 11 12

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI – ROK 2025

Rzeczpospolita  
Polska



Dofinansowane przez  
Unię Europejską



Plan  
Strategiczny dla  
Województwa  
Lubuskiego  
2023-2027

Działania komunikacyjne	Grupa docelowa – adresaci działań komunikacyjnych	Środki przekazu działań komunikacyjnych	Indykatorymy budżet przewidziany na działania komunikacyjne [EUR]	Termin	Wskaźniki	Wartość docelowa		Rezultaty działań
						2025	2025	
Kampania informacyjna na temat założeń 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"> <li>potencjalni przyszli wnioskodawcy;</li> <li>mieszkańcy obszaru LGD (w tym osoby fizyczne zainteresowane podjęciem działalności gospodarczej);</li> <li>JSFP (jednostki sektora finansów publicznych);</li> <li>lokalni liderzy np. sołtysi, radni gmin;</li> <li>instytucje kulturalne i/lub edukacyjne mające siedzibę na obszarze LSR m.in. biblioteki, domy kultury, szkoły, uniwersytety trzeciego wieku;</li> <li>organizacje pozarządowe (w szczególności skupiające młodzież i seniorów) m.in. koła gospodyń wiejskich, ochotnicze straże pożarne, kluby sportowe;</li> <li>przedsiębiorcy mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR.</li> </ul>	Punkt informacyjny – biuro LGD	0,00	x	Liczba osób odwiedzających biuro [osoba]	10	Budowanie kapitału społecznego poprzez aktywizację mieszkańców obszaru LGD. Motywowanie, pobudzenie 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.	
		Jedna z mediów społecznościowych np. You Tube, Facebook, Instagram	0,00	x	Liczba artykułów/aktywności internetowych informacyjnych lub promocyjnych [sztuka]	4	Motywowanie, pobudzenie do działania lokalnej społeczności. Wzrost zaangażowania w kształtowanie własnego otoczenia.	
		Jedna aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD	0,00	x	Liczba odwiedzin/wyświetleń strony w ciągu roku [sztuka]	10000	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"> <li>potencjalni beneficjenci</li> <li>beneficjenci</li> <li>instytucje zaangażowane pośrednio i bezpośrednio we wdrażanie LSR</li> </ul>	Otwarte spotkanie informacyjno-konsultacyjne	200,00 główna kategoria wydatków: koszty dotyczące otwartych spotkań (wynajęcie sali, poczęstunek, koszty delegacji itp.)	x	Ilość osób uczestniczących w spotkaniu [osoba]	20	Podniesienie wiedzy na temat działań podejmowanych przez LGD i włączenie obywateli na szczeblu lokalnym w inicjowanie i realizację działań na rzecz rozwoju lokalnego.	
		Materiały promocyjne (przy założeniu minimalizacji wydatków na gadzety reklamowe oraz publikacji wymagających druku)	0,00 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.	

<p>Uzyskanie informacji zwrotnej (badanie satysfakcji) na temat:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• jakości usług świadczonych przez LGD,</li> <li>• realizacji LSR,</li> <li>• efektywności działań komunikacyjnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ogół społeczeństwa</li> <li>• potencjalni beneficjenci</li> <li>• beneficjenci</li> <li>• organy stowarzyszenia</li> <li>• uczestnicy szkoleń/spotkań</li> </ul>	Ankiety	0,00	x	Liczba osób, które wypełniły ankietę [osoba]	20	<p>Monitorowanie stopnia realizacji poszczególnych operacji przez beneficjentów oraz stanu wdrażania LSR</p> <p>Podniesienie jakości usług świadczonych przez LGD. W przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD nastąpi zintensyfikowanie działań promocyjno-informacyjnych.</p> <p>W przypadku niskiej efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu LGD zobowiązana jest do skorygowania planu komunikacji, uwzględniając uwagi zgłaszane w ankietach.</p>
<p>Uzyskanie informacji zwrotnej na temat:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• stanu realizacji LSR (wskazanie stanu osiągnięcia celów i wskaźników zaplanowanych w LSR)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ogół społeczeństwa</li> <li>• potencjalni beneficjenci</li> <li>• beneficjenci</li> <li>• organy stowarzyszenia</li> <li>• uczestnicy szkoleń/spotkań</li> </ul>	Raport – stan wdrażania ZWL	0,00	x	Liczba raportów – stan wdrażania ZWL [sztuka]	1	<p>Monitorowanie stopnia realizacji poszczególnych operacji przez beneficjentów oraz stanu wdrażania LSR</p> <p>W przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD nastąpi zintensyfikowanie działań promocyjno-informacyjnych.</p>

Prezes Zarządu  
*Góra - Kopy*  
 Rokszana Górna - Kopy