

Załącznik nr 2 do umowy nr 00010.U.MO4.0532.20006.2023



Fundusze Europejskie dla Lubuskiego



Rzeczpospolita Polska



Dofinansowane przez Unię Europejską



Plan Komunikacji na lata 2023-2029

Celem działań komunikacyjnych jest: Skuteczne zarządzanie wsparciem rozwoju lokalnego oraz budowa pozytywnego wizerunku i marki LGD. To działanie służyć włączeniu obywateli na szczeblu lokalnym w inicjowanie i realizację działań na rzecz rozwoju lokalnego. Przesłanki leżące u podstaw opracowania powyższego celu: Wskazany cel działań komunikacyjnych wynika z przeprowadzonej analizy potrzeb mieszkańców obszaru LGD. W opracowaniu celu wzięto przede wszystkim pod uwagę sugestie uczestników spotkań otwartych - konsultacyjnych, które miały miejsce w każdej z gmin członkowskich oraz wynik badawia ewaluacyjnego, który potwierdził największą efektywność prowadzonych działań komunikacyjnych w zaproponowanym zakresie na lata 2023-2029. Wykonanie plan komunikacji zakłada realizację obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez właściwe IZ oraz księgę wizualizacji w zakresie PS WPR.

Działania komunikacyjne	Grupa docelowa - adresaci działań komunikacyjnych	Środki przekazu działań komunikacyjnych	Indykatorywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne [EUR]	Termin		Wskaźniki	Wartość docelowa			Rezultaty działań			
				2023	2024-2028 dotyczy każdego roku we wskazanym przedziale czasowym		2023	2024-2028 dotyczy każdego roku we wskazanym przedziale czasowym	2029				
											2023	2024-2028 dotyczy każdego roku we wskazanym przedziale czasowym	2029
Kampania informacyjna na temat LSR: przekazywanie informacji dotyczących warunków i zasad udzielania pomocy, kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, informowanie o rezultatach realizacji LSR, promocja działalności LGD.	<ul style="list-style-type: none"> Ogół zainteresowanych, w tym: potencjalni przyszli wnioskodawcy; mieszkańcy obszaru LGD (w tym osoby fizyczne zainteresowane podjęciem działalności gospodarczej); JSPF (jednostki sektora finansów publicznych); lokalni liderzy np. sołtys; radni gmin; instytucje kultury i/lub edukacyjne mające siedzibę na obszarze LSR m.in. biblioteki, domy kultury, szkoły, uniwersytety trzeciego wieku; organizacje pozarządowe (w szczególności skupiającymi młodzież i seniorów) m.in. kółka gospodyń wiejskich, ochotnicze strażce pożarne, kluby sportowe; przedsiębiorcy mającym siedzibę lub oddział na obszarze objętych LSR. 	<p>Punkt informacyjny – biuro LGD</p> <p>Jeden z mediów społecznościowych np. YouTube, Facebook, Instagram</p> <p>Jedna, aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD</p>	0,00	-	X	Liczba osób odwiedzających biuro [osoba]	0	60	20	Budowanie kapitału społecznego poprzez aktywizację mieszkańców obszaru LGD. Motywowanie, pobudzanie do działania lokalnej społeczności. Wzrost zaangażowania w kształtowanie własnego obywatela. Wzrost poczucia tożsamości z regionem. Informowanie o przedsięwzięciach realizowanych w ramach LSR. Zainteresowanie działalnością realizowaną przez LGD.			
				X	X	X	4	4	4	Liczba artykułów/aktywności internetowych/informacyjnych lub promocyjnych [sztuka]	4	4	4
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 	<p>Otwarte spotkanie informacyjno-konsultacyjne</p> <p>Materiały promocyjne (przy założeniu minimalizacji wydatków na gadżety reklamowe oraz publikacji wymagających druku)</p>	1200,00	-	X	ilość osób uczestniczących w spotkaniu [osoba]	20	50	20	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, • efektywności działań komunikacyjnych 	<ul style="list-style-type: none"> ogół społeczeństwa potencjalni beneficjenci beneficjenci organy stowarzyszenia uczestnicy szkoleń/spotkań 	Ankieta	0,00	-	X	Liczba nośników znaków UE, PS WPR, FEWL- EFS+ [sztuka]	0	2	0	Zwiększenie rozpoznawalności znaku LGD . Zbudowanie i utrzymanie wysokiej rozpoznawalności PS WPR, FEWL- EFS+ na ile innych programów oraz funduszy europejskich.			
			0,00	-	X	Liczba osób, które wypełniły ankietę [osoba]	0	50	0	0	Monitorowanie stopnia realizacji poszczególnych operacji przez beneficjentów oraz stanu wdrażania LSR. Podniesienie jakości usług świadczonych przez LGD. W przypadku problemów z realizacją LSR, nisłim poparcie społecznym dla działań realizowanych przez LGD nastąpi zintensyfikowanie działań promocyjno-informacyjnych. W przypadku niskiej efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych 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 (wskazanie 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]	0	1	1	Monitorowanie stopnia realizacji poszczególnych operacji przez beneficjentów oraz stanu wdrażania LSR. W przypadku problemów z realizacją LSR, nisłim poparcie społecznym dla działań realizowanych przez LGD nastąpi zintensyfikowanie działań promocyjno-informacyjnych.			