



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Plan
Strategiczny dla
Wspólnej
Polityki
Rolnej
na lata 2023-2027

HARMONOGRAM REALIZACJI PLANU KOMUNIKACJI – ROK 2026

Działania komunikacyjne	Grupa docelowa – adresaci działań komunikacyjnych	Środki przekazu działań komunikacyjnych	Indykatorywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne [EUR]	Termin	Wskaźniki	Wartość docelowa	Rezultaty działań
				2026		2026	
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.	<p>Ogół zainteresowanych, w tym:</p> <ul style="list-style-type: none"> potencjalni przyszli wnioskodawcy; mieszkańcy obszaru LGD (w tym osoby fizyczne zainteresowane podjęciem działalności gospodarczej); JSFP (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. koła gospodyń wiejskich, ochotnicze straże pożarne, kluby sportowe; przedsiębiorcy mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR. 	Punkt informacyjny – biuro LGD	0,00	x	Liczba osób odwiedzających biuro [osoba]	10	<p>Budowanie kapitału społecznego poprzez aktywizację mieszkańców obszaru LGD.</p> <p>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.</p> <p>Podniesienie wiedzy na temat działań podejmowanych przez LGD i włączenie obywateli na szczeblu lokalnym w inicjowanie i realizację działań na rzecz rozwoju lokalnego.</p>
		Jedna z mediów społecznościowych np. You Tube, Facebook, Instagram	0,00	x	Liczba artykułów/aktywności internetowych informacyjnych lub promocyjnych [sztuka]	4	
		Jedna aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD	0,00	x	Liczba odwiedzin/wyświetleń strony w ciągu roku [sztuka]	10000	
		Otwarte spotkanie informacyjno-konsultacyjne	0,00 główna kategoria wydatków: koszty dotyczące otwartych spotkań (wynajęcie sali, poczęstunek, koszty delegacji itp.)	x	Ilość osób uczestniczących w spotkaniu [osoba]	20	
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 	Materiały promocyjne (przy założeniu minimalizacji wydatków na gadzety reklamowe oraz publikacji wymagających druku)	100,00 główna kategoria wydatków: materiały stałe lub okazjonalne (wizytówki, ulotki, billboard, itp.)	x	Liczba nośników znaków UE, PS WPR, FEWL- EFS+ [sztuka]	1	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"> • 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 	Ankieta	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.</p> <p>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"> • 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 	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>