



Załącznik do Uchwały Nr 159/23 Walnego Zebrania  
Członków Stowarzyszenia - Lokalna Grupa Działania  
Między Odrą a Bobrem

# **Plan Komunikacji na lata 2023-2029**

## **Stowarzyszenia - Lokalna Grupa Działania Między Odrą a Bobrem**

**Zabór, 30 maj 2023 r.**



## Plan Komunikacji na lata 2023-2029 – Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Między Odrą a Bobrem (LGD MOaB)

Celem działań komunikacyjnych jest: Skuteczne zarządzanie wsparciem rozwoju lokalnego oraz budowa pozytywnego wizerunku i marki LGD. To działanie służące 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 miejsc w każdej z gmin członkowskich oraz wynik badania ewaluacyjnego, który potwierdziły 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 księgą wizualizacji w zakresie PS WPR.

Działania komunikacyjne	Grupa docelowa – adresaci działań komunikacyjnych	Środki przekazu działań komunikacyjnych	Indykatoryny budżet przewidziany na działania komunikacyjne [EUR]	Termin			Wskaźniki	Wartość docelowa			Rezultaty działań
				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 założeń Lokalnej strategii Rozwoju (LSR): przekazywanie informacji dotyczących warunków i zasad udzielania pomocy, kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, informowanie o rezultatach realizacji LSR, promocja działalności LGD MOaB.	Ogół zainteresowanych: <ul style="list-style-type: none"> <li>potencjalni przyszli wnioskodawcy;</li> <li>mieszkańcy obszaru LGD MOaB (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 kultury i/lub edukacyjne mające siedzibę na obszarze LSR m.in. biblioteki,</li> </ul>	Punkt informacyjny – biuro LGD	0,00	-	x	x	Liczba osób korzystających z usług biura (kontakt osobisty, e- mailowy, telefoniczny) [os.]	0	50	50	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.
		Jeden z mediów społecznościowych np. strona www. YouTube, Facebook, Instagram	0,00	x	x	x	Liczba artykułów/aktywności internetowych informacyjnych lub promocyjnych [szt.]	2	4	2	
		Jedna aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD	0,00	x	x	x	Liczba odwiedzin strony internetowej/wyświetleń strony w ciągu roku [szt.]	10 000	10 000	10 000	



	<p>domy kultury, szkoły, uniwersytety trzeciego wieku;</p> <ul style="list-style-type: none"> <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>	Otwarte spotkanie informacyjno-konsultacyjne	<p>1 500,00</p> <p>główna kategoria wydatków: koszty dotyczące otwartych spotkań (wynajęcie sali, poczęstunek itp.)</p>	x	x	x	Liczba spotkań (np. w formie stacjonarnej, zdalnej lub hybrydowej) [szt.]	1	2	1	Podniesienie wiedzy na temat działań podejmowanych przez LGD i włączenie obywateli na szczeblu lokalnym w inicjowanie i realizację działań na rzecz rozwoju lokalnego.
Zapewnienie odpowiedniej wizualizacji PROW, FEWL, EFS+, LGD MOaB.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Potencjalni beneficjenci,</li> <li>Beneficjenci,</li> <li>Instytucje zaangażowane pośrednio i bezpośrednio we wdrażanie LSR.</li> </ul>	Materiały promocyjne (przy założeniu minimalizacji wydatków na gadżety reklamowe oraz publikacji wymagających druku).	<p>1 500,00</p> <p>(główna kategoria wydatków: materiały stałe lub okazjonalne (wizytówki, ulotki, bilbord, Internetowe narzędzie umożliwiające tworzenie projektów graficznych, np. plakatów, ulotek, prezentacji – abonament (plakatów, prezentacji itp.)</p>	-	x	x	Liczba nośników znaków UE, PROW, LEADER, FEWL, EFS+ [szt.]	0	2	2	Zwiększenie rozpoznawalności znaku LGD. Zbudowanie i utrzymanie wysokiej rozpoznawalności EFRROW i PROW 2023-2027 i FEWL, EFS+ (2021-2027) na tle innych programów oraz funduszy europejskich.
Uzyskanie informacji zwrotnej (badanie satysfakcji) na temat: <ul style="list-style-type: none"> <li>jakości usług świadczonych przez LGD MOaB,</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>	Ankieta	0,00	-	x	x	Liczba wypełnionych ankiet z informacją zwrotną nt. jakości usług lub/i oczekiwań respondentów [szt.]	0	20	0	Monitorowanie stopnia realizacji poszczególnych operacji przez beneficjentów oraz stanu wdrażania LSR. 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.



											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"> <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 – Zarząd Województwa Lubuskiego (ZWL)	0,00	-	x	x	Liczba raportów – stan wdrażania z ZWL [szt.]	0	1	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 zintensyfikowanie działań promocyjno-informacyjnych.