

PLAN KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ

Systematyczne rozwijanie potencjału społeczności lokalnych do świadomego osiągnięcia celów strategii można uzyskać poprzez stworzenie warunków do ciągłego, systematycznego, aktywnego i szeroko rozumianego uczestnictwa społeczności lokalnych w bieżącym wdrażaniu LSR. Warunkiem skutecznego zaangażowania społeczności lokalnej w realizację LSR jest skuteczna (obustronna) komunikacja.

Podczas procesu opracowania LSR, ważnym elementem projektowania działań była analiza efektywności i wyników działań komunikacyjnych realizowanych w latach poprzednich. Skuteczność w dotarciu do potencjalnych beneficjentów uznano za wysoką, analizując liczbę składanych wniosków. Największym problemem w komunikacji było docieranie z komunikatem do wybranych grup docelowych. W oparciu o nabyte doświadczenia i przeprowadzoną analizę zaplanowano szereg działań komunikacyjnych, które mają podnieść efektywność prowadzonych działań i zapewnić skuteczną realizację Lokalnej Strategii Rozwoju. By jasno wytyczyć ścieżkę prowadzonych działań wyznaczono cele realizacji planu komunikacji, wyszczególniono działania, narzędzia oraz efekty będące wynikiem skuteczności planu. **Działania komunikacyjne podejmowane przez LGD SŚGD dotyczą obu EFSI finansujących LSR.**

Głównym celem planu komunikacji jest **podniesienie aktywności w aplikowaniu o środki oraz jakości projektów zgłaszanych do LGD oraz zapewnienie współuczestnictwa i współdziałania mieszkańców i podmiotów w procesie realizacji LSR.** Plan komunikacji stworzony został w trosce o efektywność zaplanowanych działań i narzędzi komunikacyjnych, jak również z uwzględnieniem dotychczasowych problemów zdiagnozowanych w tym obszarze (w tym również wynikających z przeprowadzonej ewaluacji).

Tęm komunikacji, jaka prowadzona jest przez LGD, jest otoczenie lokalnej społeczności wiejskiej, duże zaangażowanie jednostek samorządu terytorialnego oraz organizacji pozarządowych. W związku z faktem, iż LGD już od lat prowadzi aktywną działalność na rzecz rozwoju obszarów wiejskich, wcześniej jako Fundacja „Środkowopomorska Grupa Działania”, teraz jako stowarzyszenie pod tą samą nazwą, ma już rzeszę wiernych obserwatorów swoich działań, dlatego liczy na dalszy wzrost zainteresowania.

Plan zakłada realizację szeregu celów, z których jeden został uznany za główny.

Wszystkie zaplanowane działania i narzędzia są odpowiednio dopasowane do charakterystyki i potrzeb zdefiniowanych w dalszej części grup docelowych, przy zastosowaniu narzędzi umożliwiających komunikację dwustronną.

Cel główny: Zapewnienie współuczestnictwa i współdziałania mieszkańców obszaru i podmiotów lokalnych w opracowywaniu i wdrażaniu operacji w ramach LSR

Cele pośrednie:

1. Promowanie idei rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność realizowanego przez LGD.

2. Promocja działań realizowanych przez SŚGD, bieżące informowanie o statusie realizacji LSR, w tym o stopniu osiągnięcia celów i wskaźników.
3. Bieżące informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, w tym np. o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR.
4. Zbieranie informacji zwrotnej nt. odbioru społecznej działalności LGD, w tym wdrażania LSR.
5. Promowanie dobrych praktyk poprzez informowanie o projektach zrealizowanych przy dofinansowaniu ze środków LGD oraz praktyk osiągniętych w innych regionach kraju lub za granicą, prezentowana z założeniem ich oddziaływania na kolejne operacje zgłaszane do LGD.
6. Rozwijanie zdolności podmiotów lokalnych do opracowywania i wdrażania operacji oraz wspieranie, pogłębianie i promocja partnerstwa w realizacji LSR.
7. Rozwijanie sieci kontaktów i współpracy, animowanie do współpracy pomiędzy podmiotami, zgłaszania pomysłów i inicjatyw do realizacji w ramach LSR, zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD.
8. Zbieranie informacji nt. zgłoszonych pomysłów na realizację nowych projektów przez LGD lub podmioty inne niż LGD w ramach LSR lub wykraczających poza LSR, wniosków złożonych przez członków LGD dotyczących działalności LGD i wdrażania LSR wraz z uzasadnieniem tego wyniku
9. Identyfikacja nowych, innowacyjnych kierunków rozwoju obszaru LSR.

Grupy docelowe komunikacji:

By komunikacja w odpowiedniej formie docierała do grup, które LGD wskazało jako swoich odbiorców, wyszczególniono 11 grup docelowych komunikacji wraz z opisem dedykowanych im środków przekazu:

- **społeczność lokalna** (ogół mieszkańców) informowana poprzez: środki o szerokim zasięgu (Internet – oficjalne strony internetowe SŚGD i samorządów członkowskich, media lokalne, prasa, radio, telewizja),
- **przedstawiciele sektora publicznego, w tym JST** (pracownicy sektora publicznego, gmin, powiatów) komunikacja poprzez okresowe informacje podczas szkoleń, spotkań członków stowarzyszenia, za pośrednictwem strony www,
- **organizacje pozarządowe** (stowarzyszenia, fundacje, związki stowarzyszeń), dedykowane kanały to informacje przekazywane poprzez centra wsparcia organizacji pozarządowych, instytucje sieciujące podmioty ekonomii społecznej, przekazywanie informacji pracownikom urzędów gmin członkowskich zajmujących się organizacjami pozarządowymi,
- **przedsiębiorcy** (w rozumieniu ustawy Prawo przedsiębiorców, organizacje zrzeszające przedsiębiorców), zrealizowane zostaną dedykowane przedsiębiorcom spotkania, wysyłka informacji za pośrednictwem poczty elektronicznej i newsletter,
- **liderzy lokalni** (wójtowie, burmistrzowie, starości, sołtysi, członkowie rad sołeckich, członkowie grup nieformalnych, zrzeszeń, lokalni aktywiści), dedykowany środek przekazu to przekazywanie informacji pracownikom urzędów gmin członkowskich, zajmujących się organizacjami pozarządowymi i obsługującymi fundusz sołecki,
- **członkowie stowarzyszenia** (wszyscy będący na liście członków LGD), informowani poprzez cykliczne zebrania członków stowarzyszenia, aktywnie działającą listę mailingową i newsletter
- **osoby młode do 25. roku życia** - informowane poprzez: Internet, informacja do młodzieżowych rad miasta lub gminy i samorządów uczniowskich,



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską



- **osoby starsze osoby, które ukończyły 60. rok życia (seniorzy)** - dostosowana komunikacja poprzez informacje w formie plakatów i ulotek, przekazywanych do organizacji skupiających osoby starsze, informacje umieszczane w sieci Internet.

Grupy osób w niekorzystnej sytuacji, do których skierowane będą działania:

- **kobiety** - dostosowana komunikacja poprzez informacje przekazywane do organizacji skupiających kobiety na obszarze, informacje w szkołach i przedszkolach, współpraca z PUP celem publikowania ogłoszeń o konkursach i animacji, ogłoszenia na tablicach w sołectwach, poza komunikatami w mediach społecznościowych i z wykorzystaniem strony internetowej LGD i gmin członkowskich,
- **osoby poszukujące zatrudnienia** - dostosowana komunikacja poprzez informacje przekazywane do organizacji wspierających osoby bezrobotne na obszarze, informacje w Gminnych Ośrodkach Pomocy Społecznej, Ośrodkach Wpieraniach Ekonomii Społecznej, współpraca z PUP celem publikowania ogłoszeń o konkursach i animacji, ogłoszenia na tablicach w sołectwach, poza komunikatami w mediach społecznościowych i z wykorzystaniem strony internetowej LGD i gmin członkowskich
- **osoby niepełnosprawne i ich opiekunowie** - informacje umieszczane w sieci Internet (dzięki temu nie ma konieczności dojazdu na spotkania), miejsca spotkań informacyjnych w miarę możliwości będą dobierane pod kątem dostosowania do użytku dla osób niepełnosprawnych.

Komunikacja z grupami osób w niekorzystnej sytuacji oraz zagrożonymi wykluczeniem społecznym:

Komunikacja dla wskazanych grup będzie dostosowana do ich potrzeb i oczekiwań, a środki przekazu dopasowane do ich preferencji. Osoby młode otrzymywać będą komunikaty poprzez sferę online. Informacja dla osób starszych zostanie zaś specjalnie dodatkowo przygotowana, by pokonać wszystkie ewentualne techniczne bariery, w tym w języku przystępnym i zrozumiałym. Dzięki bieżącej aktualizacji strony internetowej zarówno seniorzy, jak i osoby niepełnosprawne będą miały swobodny dostęp do informacji bez konieczności wychodzenia z domu (LGD nie stwierdza żadnych ograniczeń w przekazie informacji do określonych grup docelowych za pośrednictwem sieci Internet). Zadbamy również by te materiały znalazły swoje miejsce w przestrzeniach, gdzie seniorzy oraz kobiety przebywają najczęściej, tj. miejsca spotkań kół, stowarzyszeń, materiały informacyjne będą w dyspozycji sołtysów, na tablicach ogłoszeniowych gmin oraz parafii.

Dwustronność komunikacji:

Aby zapewnić jak największą ilość informacji zwrotnych od adresatów swoich działań komunikacyjnych LGD zwróci szczególną uwagę by zastosować możliwie jak największą ilość narzędzi zapewniających dwustronność komunikacji. Będą to między innymi:

- optymalizacja www w kierunku umożliwienia odbiorcom wysyłania i odbierania wiadomości, dzięki którym biuro LGD będzie na bieżąco korespondowało z zainteresowanymi,
- zainstalowanie na stronie www ankiet i formularzy kontaktowy online (w tym umożliwiających zgłaszanie uwag, pomysłów i innowacji oraz poszukiwania partnerów planowanych projektów), analogiczne formularze będą dostępne również w formie papierowej w biurze LGD oraz urzędach gmin członkowskich,

1



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską



- organizacja spotkań, szkoleń i sesji doradczych z mieszkańcami (w tym online), podczas których pracownicy i członkowie LGD będą mogli rozmawiać z odbiorcami (wraz z podsumowaniem wszystkich spotkań ankietą satysfakcji),
- komunikacja bezpośrednia (nieformalna) z użyciem współczesnych form spotkań online, telekonferencji, mailingu.

LGD będzie stosować alternatywne metody komunikacji, aby nie wykluczać żadnych z grup społecznych, np. młodzieży i osób starszych, którzy mogą mieć problem z podróżowaniem lub osób z ograniczeniem czasowym (np. młodych rodziców).

Wnioski, opinie, postulaty, komentarze pochodzące od społeczności lokalnej dotyczące działalności LGD i wdrażania LSR w wyniku podjętych działań komunikacyjnych zostaną zachowane w formie:

- notatek z uwag przekazanych przy użyciu strony internetowej LGD,
- notatek pracowników biura z przeprowadzonych spotkań, szkoleń, rejestru udzielonego doradztwa etc.,
- raportów z analizy ankiet dotyczących satysfakcji uczestników spotkań, szkoleń, doradztwa etc.

Pozyskane w ten sposób informacje będą wykorzystane m.in. do aktualizacji LSR, procedur czy też zmiany sposobu funkcjonowania poszczególnych organów lub biura. W przypadku zaistnienia problemów w realizacji planu komunikacji, które mogą zagrozić realizacji LSR lub pojawienia się sytuacji niesatysfakcjonującej akceptacji społecznej np. metod wdrażania LSR albo konkretnych działań powołany zostanie specjalny zespół roboczy do opracowania stosownych rozwiązań. W razie stwierdzenia niesatysfakcjonującej akceptacji społecznej zostanie dokonana rewizja zamierzeń i planów LGD, których realizacja będzie dawała szanse przywrócenia społecznego poparcia. Raporty będą brane pod uwagę w ramach ewaluacji działań LGD (kryterium trafności).

Plan komunikacji określa **cele, działania komunikacyjne i środki przekazu** (narzędzia) używane w procesie komunikacji ze społecznością lokalną (w tym działania podejmowane w przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD), które będą stosowane przez LGD na każdym etapie wdrażania LSR. Ponadto określa planowane efekty działań komunikacyjnych oraz sposób badania ich skuteczności, sposób wykorzystywania wniosków uzyskanych od lokalnej społeczności i budżet przewidziany na realizację planu komunikacji.

W ramach działań komunikacyjnych podejmowanych przez LGD, mających na celu realizację celu głównego tj. **zapewnienie współuczestnictwa i współdziałania mieszkańców obszaru i podmiotów lokalnych w opracowywaniu i wdrażaniu operacji w ramach LSR** oraz poszczególnych celów pośrednich zaplanowano:

- 1. Kampanie informacyjne dotyczące głównych założeń LSR i przeprowadzanych konkursów oraz działań integracyjno – aktywizujących kierowanych do społeczności lokalnej**

Realizowane w ramach kampanii cele pośrednie to:

- Promocja działań realizowanych przez SŚGD (konkursy, działania integracyjno – aktywizujące kierowane do społeczności lokalnej), bieżące informowanie o statusie realizacji LSR, w tym o stopniu osiągnięcia celów i wskaźników;



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



- Bieżące informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, w tym np. o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR;
- Zbieranie informacji zwrotnej nt. odbioru społecznego działalności LGD, w tym wdrażania LSR

Narzędzia:

Strona internetowa - umieszczenie informacji o każdym kolejnym naborze z uwzględnieniem wszelkich informacji na temat sposobów, harmonogramu składania wniosków, kryteriów udzielenia wsparcia, dostępnej alokacji, obowiązków komunikacyjnych Beneficjentów, informowanie zainteresowanych za pomocą maili przy użyciu zgromadzonej bazy mailingowej, możliwość zgłaszania zapytań i uwag.

Mailing - informowanie członków stowarzyszenia o najistotniejszych kwestiach związanych z realizacją LSR.

Materiały informacyjne - stworzenie materiałów informacyjnych na temat LGD i możliwości uzyskania wsparcia w ramach LSR. LGD zakłada wykonanie materiałów informacyjnych głównie w formie cyfrowej oraz minimalizację wydatków na publikacje wymagające druku. SŚGD przewiduje wydanie drobnych materiałów informacyjnych drukowanych (np. plakatów, ulotek) w celu informowania grup interesariuszy o szczególnych potrzebach (seniorzy, osoby wykluczone cyfrowo, osoby w niekorzystnej sytuacji oraz zagrożone wykluczeniem społecznym).

Ponadto, drukowane materiały informacyjne (plakaty, banery, roll-up) zostaną przygotowane w celach wypełniania obowiązków informacyjnych i promocyjnych związanych z wdrażaniem i zarządzaniem LSR, wynikających z umowy o warunkach i sposobie realizacji strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność, w tym informowania społeczeństwa o dofinansowaniu operacji przez Unię Europejską.

Lokalne media – informowanie o naborach oraz działaniach szkoleniowych i integracyjno – aktywizujących kierowanych do społeczności lokalnej w lokalnych mediach na obszarze LSR,

Spotkania informacyjne i szkolenia - zorganizowanie kampanii informacyjnej inaugurującej rozpoczęcie wdrażania funduszy w ramach LSR (na zakończenie spotkania informacyjnego przeprowadzana będzie ankieta mierząca stopień satysfakcji uczestników), każdorazowo w trakcie danego naboru organizacja jednego na cały obszar LGD szkolenia z zasad pisania projektów, ich realizacji oraz rozliczania, które prowadzone będą przez pracowników LGD lub przez podmiot zewnętrzny dla wszystkich zainteresowanych. LGD prowadzić będzie ponadto szkolenia dla lokalnych liderów w celu podniesienia wiedzy i kompetencji osób kierujących rozwojem lokalnym na obszarze LSR i pobudzenia lokalnych inicjatyw, szkolenia dla członków Rady Oceniającej.

Doradztwo - prowadzenie ciągłego doradztwa dla wszystkich zainteresowanych w biurze LGD.

2. Kampanie promocyjne dotyczące działalności SŚGD:

Realizowane w ramach kampanii cele pośrednie to:

- Promowanie idei rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność realizowanego przez LGD;
- Rozwijanie zdolności podmiotów lokalnych do opracowywania i wdrażania operacji oraz wspieranie, pogłębianie i promocja partnerstwa w realizacji LSR;
- Rozwijanie sieci kontaktów i współpracy, animowanie do współpracy pomiędzy podmiotami, zgłaszania pomysłów i inicjatyw do realizacji w ramach LSR, zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD;

- Zbieranie informacji na temat zgłoszonych pomysłów na realizację nowych projektów przez LGD lub podmioty inne niż LGD w ramach LSR lub wykraczających poza LSR, wniosków złożonych przez członków LGD dotyczących działalności LGD i wdrażania LSR wraz z uzasadnieniem tego wyniku;
- Identyfikacja nowych, innowacyjnych kierunków rozwoju obszaru LSR.

Narzędzia:

Krótki film promujący LGD - film promujący stowarzyszenie i jego działalność udostępniony na stronie www LGD. Film prezentować będzie stowarzyszenie i jego działalność poprzez prezentację innowacyjnych kierunków rozwoju, realizowanych projektów współfinansowanych ze środków LSR, współpracujących ze sobą beneficjentów działających w ramach sieci kontaktów.

Ponadto stworzona zostanie spójna wizualizacja materiałów na temat stowarzyszenia i jego funkcjonowania (plakaty), które znajdą swoje miejsce na tablicach informacyjnych gmin, parafii, lokalnych urzędów, jak również i ośrodkach, w których gromadzi się społeczność lokalna. Ekspozycja roll-up lub banerów promocyjnych na szkoleniach, spotkaniach, doradztwie oraz innych lokalnych wydarzeniach na obszarze LGD, przygotowanie

Drobne materiały promocyjne (np.teczki, długopisy, notesy itp.) - które kolportowane będą na szkoleniach i spotkaniach organizowanych przez LGD oraz wszelkiego rodzaju innych wydarzeniach na obszarze LGD (np. dożynki, szkolenia, wydarzenia lokalne).

Strona internetowa – bieżąca aktualizacja strony www stowarzyszenia jako źródła informacji o stowarzyszeniu, konkursach. Prezentacja na stronie www stowarzyszenia projektów zrealizowanych przy dofinansowaniu z LGD. To narzędzie komunikacji jest skierowane do wszystkich potencjalnych interesariuszy, w tym grup osób w niekorzystnej sytuacji. Przy wykorzystaniu zamieszczonego na stronie www formularza LGD umożliwi zgłaszanie pomysłów na realizację nowych projektów z propozycją ich wdrażania przez LGD lub podmioty inne niż LGD w ramach LSR (także wykraczających poza LSR), a także wniosków złożonych przez członków LGD dotyczących działalności LGD i wdrażania LSR.

Spotkania informacyjne i szkolenia - kampanie informacyjne nt. wdrażania funduszy w ramach LSR oraz działalności LGD, podczas których LGD będzie odpowiadać na wszelkie pytania z zakresu działania LGD, informacja o spotkaniach zostanie ogłoszona za pomocą wszelkich dostępnych dla LGD narzędzi komunikacji (www, mailing, poprzez jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe). Dzięki temu rozwiązaniu eliminujemy bariery dystansu dotarcia do informacji, ułatwimy dostęp do informacji grupom osób w niekorzystnej sytuacji (nie będą musiały ponosić kosztów transportu do biura LGD) oraz grupom wspieranym w ramach LSR – młodzieży i seniorom, którzy będą mogli wybrać się na takie spotkanie. W miarę możliwości LGD jako miejsce spotkań wybierze miejsce dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych. Ponadto promocja działalności LGD odbywać się będzie podczas organizowanych szkoleń.

Udział pracowników stowarzyszenia w wydarzeniach z życia społeczności organizowanych na obszarze LGD i gromadzenie informacji zwrotnej od mieszkańców lub/i dystrybucja informacji na temat LGD podczas tych wydarzeń.

Lokalne media - stowarzyszenie w miarę możliwości będzie umieszczało w mediach lokalnych informację na temat swojej działalności wraz z danymi do kontaktu i adresem biura. To działanie pozwoli na dotarcie do dużej grupy odbiorców.

3. Kampania promocyjna nt. efektów działalności LGD



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską



Realizowane w ramach kampanii cele pośrednie to:

- Promowanie dobrych praktyk poprzez informowanie o projektach zrealizowanych przy dofinansowaniu ze środków LGD

Narzędzia:

- krótki film promocyjny
- prezentacja na stronie www stowarzyszenia projektów zrealizowanych przy dofinansowaniu z LGD,
- zaproszenie mieszkańców obszaru LGD na spotkania prezentujące zrealizowane projekty w ramach LSR, ze szczególnym uwzględnieniem prezentacji projektów skierowanych do nich, w tym zrealizowane wskaźniki (na zakończenie spotkania przeprowadzana będzie ankieta mierząca stopień satysfakcji uczestników spotkania),
- po zakończeniu realizacji strategii stowarzyszenie przygotowuje raport podsumowujący swoją działalność i zadba o dostarczenie go do wszystkich adresatów działań komunikacyjnych oraz jako materiał promocyjny obszaru
- mailowe informowanie członków stowarzyszenia o najistotniejszych kwestiach związanych z realizacją LSR,
- organizacja regularnych spotkań dla członków stowarzyszenia.

Monitorowanie i analiza efektywności planu komunikacji:

W ramach realizacji planu komunikacji zaplanowano działania z zakresu kontroli realizacji i jej efektywności. Działalność LGD zostanie upubliczniana co najmniej na stronie internetowej stowarzyszenia. Grupa będzie przez cały okres programowania poprzez swoje działania chciała utrzymywać mobilizację społeczną. Zachęcając do obecności na spotkaniach, do udziału w szkoleniach, zapraszać na spotkania indywidualne w biurze.

Monitorowanie efektywności planu komunikacji przeprowadzane będzie na bieżąco przez pracowników biura LGD na podstawie posiadanych informacji (m.in. liczba wejść na stronę www, zasięg mediów lokalnych, listy obecności na spotkaniach, ankiety). Przy wykorzystaniu zamieszczonego na stronie www formularza LGD umożliwi zgłaszanie pomysłów, uwag oraz propozycji działań dotyczących sposobu i formy komunikacji z lokalną społecznością. Zgłoszone uwagi będą poddane analizie i w przypadku ich przyjęcia wykorzystane do modyfikacji działań zaplanowanych w ramach Planu Komunikacji.

W sytuacji, gdy wskaźniki realizacji planu komunikacji (określone dla danego roku realizacji LSR) nie zostaną osiągnięte grupa przygotowuje i wdroży plan naprawczy w celu zwiększenia efektywności działań komunikacyjnych.

Przykładowe działania naprawcze, które mogą zostać wdrożone:

- zmiana narzędzi i środków przekazu (wykorzystanie nowych technologii, nowych możliwości i rozwiązań),
- zmiana budżetu w kierunku zwiększenia nakładu środków na komunikację.

LGD szacuje koszty związane z działaniami komunikacyjnymi i animacją lokalną wynikające z realizacji Planu Komunikacji na poziomie 16,45% kwoty przeznaczony na Zarządzanie LSR w ramach PS WPR.



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską



Przy założeniu, że Plan Komunikacji będzie realizowany w przedziale 2024 – 2029 indykatywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne wyniesie w przybliżeniu 18 166 EUR średniorocznie.

W trakcie wdrażania Planu Komunikacji LGD 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 IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR.



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Pomorskie
Zachodnie

PRZEWIDYWANE DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE (GŁÓWNE KATEGORIE WYDATKÓW) W LATACH 2024 - 2029:

Lp.	Kategoria działań komunikacyjnych (kategoria wydatków)	Zakładane wskaźniki:		Szacowany budżet 2024 - 2029
		Środek komunikacji	Miernik i wartość zaplanowana do osiągnięcia	
1.	Promocja działalności LGD	strona www	1 strona www	23 000 EUR
		mailing	50 wiadomości	
		newsletter	20 wiadomości	
		płatne ogłoszenia i informacje w mediach lokalnych	4 ogłoszenia	
		cyfrowe materiały informacyjne (np. film promocyjny, ulotki, plakaty)	3 komplety	
		drukowane materiały informacyjne (ulotki, plakaty)	2 komplety	
		drobne materiały promocyjne (np. teczki, długopisy, notesy)	3 komplety	
		roll-up	2 szt.	
		baner	2 szt.	
		tablica informacyjna	1 szt.	
2.	Spotkania informacyjne, szkolenia, bezpłatne doradztwo	inaugurująca kampania informacyjna	2 spotkania informacyjne inaugurujące wdrażanie LSR	30 000 EUR
		szkolenia beneficjentów funduszy	12 szkoleń	
		szkolenia pracowników LGD	20 szkoleń	
		szkolenia członków RO	5 szkoleń	
		bezpłatne doradztwo	500 udzielonych doradztw na rzecz beneficjentów	
3.	Działania integracyjne i wspierające sieciowanie podmiotów na obszarze LSR, animowanie lokalnej społeczności	spotkania członków stowarzyszenia	5 spotkań	45 000 EUR
		szkolenia lokalnych liderów związanych z rozwojem obszaru LSR	3 szkolenia	
		udział SŚGD w wydarzeniach z życia społeczności obszaru LSR	5 wydarzeń	



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



4.	Badania obszaru LSR	ankietowanie uczestników spotkań, szkoleń, doradztwa, podejmowanych inicjatyw aktywizacyjnych	500 ankiet	11 000 EUR
		ewaluacja zewnętrzna	1 raport	
SUMA				109 000 EUR



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską

