

Załącznik nr 5 do Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność STOWARZYSZENIA LGD BRAMA LUBUSKA Lokalnej na lata 2014-2020  
– Plan Komunikacji

Działania	Adresaci	Środki przekazu	2016	2017	2018	2019	2020	Wskaźniki	Rezultaty działań
Kampania informacyjna na temat założeń LSR oraz Informowanie i promocja działalności LGD BL	Ogół zainteresowanych - potencjalni przyszli wnioskodawcy (z naciskiem na grupy defaworyzowane +30, 50+ i trwale bezrobotni): <ul style="list-style-type: none"> <li>mieszkańcy obszaru LGD BL (w tym zainteresowani podjęciem działalności)</li> <li>JST</li> <li>organizacje pozarządowe przedsiębiorcy</li> <li>rolnicy</li> <li>młodzież</li> <li>bezrobotni</li> </ul>	Punkt informacyjny – biuro LGD BL	x	x	x	x	x	Liczba osób odwiedzających biuro beneficjentów [osoba]	Budowanie kapitału społecznego poprzez aktywizację mieszkańców. 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 LGD BL.
		Facebook	x	x	x	x	x	Liczba artykułów internetowych informacyjnych lub promocyjnych [szt.]	
		www.bramalubuska.pl	x	x	x	x	x	Liczba osób odwiedzających stronę internetową [osoba]	
		Strony internetowe: <ul style="list-style-type: none"> <li>Gmin Cząłkowskich</li> <li>Powiatowych Urzędów Pracy</li> <li>Ośrodków Pomocy Społecznej</li> </ul>	x	x	x	x	x	Liczba stron internetowych, na których umieszczono artykuły informacyjne lub promocyjne [szt.]	
		Lokalna prasa	-	x	x	x	x	Liczba artykułów [szt.]	
		Audycje/programy edukacyjne emitowane w telewizji, radio	-	x	x	x	-	Liczba audycji emitowanych w lokalnych mediach [szt.]	
		Wydarzenia eventowe	x	x	x	x	x	Liczba zrealizowanych konkursów, przedsięwzięć kulturalno-edukacyjnych [szt.]	
Przekazywanie szczegółowych informacji dotyczących warunków i zasad udzielania pomocy	Ogół zainteresowanych - potencjalni przyszli wnioskodawcy (z naciskiem na grupy defaworyzowane +30, 50+ i trwale bezrobotni): <ul style="list-style-type: none"> <li>mieszkańcy obszaru LGD BL (w tym zainteresowani podjęciem działalności)</li> <li>JST</li> <li>organizacje pozarządowe przedsiębiorcy</li> <li>rolnicy</li> <li>młodzież</li> <li>bezrobotni</li> </ul>	Facebook	x	x	x	x	-	Liczba artykułów internetowych o treściach informacyjnych [szt.]	Zwiększenie poziomu wiedzy ogólnej i szczegółowej dotyczącej PROW 2014-2020, w tym zapewnienie informacji dotyczących warunków i trybu przyznawania pomocy dla potencjalnych beneficjentów w zakresie praktycznej wiedzy o sposobie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy, w tym informowanie o procedurach naboru, wyboru operacji i stosowanych kryteriach wyboru operacji.
		www.bramalubuska.pl	x	x	x	x	-	Liczba osób odwiedzających stronę [osoba]	
		Strony internetowe: <ul style="list-style-type: none"> <li>Gmin Cząłkowskich</li> <li>Powiatowych Urzędów Pracy</li> <li>Ośrodków Pomocy Społecznej</li> </ul>	x	x	x	x	-	Liczba stron internetowych, na których zamieszczono informację [szt.]	
		Doradztwo	x	x	x	x	-	Liczba podmiotów, którym udzielono doradztwa [szt.]	
		Szkolenia dla organów LGD BL	x	x	x	x	x	Liczba uczestników szkoleń [osoba]	
		Spotkania informacyjne	x	x	x	x	-	Liczba uczestników spotkań [osoba] Liczba materiałów informacyjnych i promocyjnych (np. plakaty, ulotki, broszury, prezentacje, długopisy)	
Informowanie o rezultatach realizacji LSR	<ul style="list-style-type: none"> <li>ogół mieszkańców obszaru LGD BL</li> <li>potencjalni Beneficjenci</li> <li>beneficjenci</li> </ul>	Facebook	x	x	x	x	x	Liczba informacji na portalu społecznościowym - Facebook [szt.]	Informowanie zainteresowanych o wynikach naborów. Informowanie ogółu społeczeństwa o stanie realizacji LSR. Pobudzenie do aplikowania.
		www.bramalubuska.pl						Liczba informacji na stronie internetowej LGD BL [szt.]	
Zapewnienie odpowiedniej wizualizacji PROW 2014-2020, LGD BL	<ul style="list-style-type: none"> <li>ogół społeczeństwa</li> <li>potencjalni beneficjenci</li> <li>beneficjenci</li> <li>instytucje zaangażowane pośrednio i bezpośrednio we wdrażanie LSR</li> </ul>	Materiały promocyjne	x	x	x	x	x	Liczba nośników znaków UE, PROW, LEADER [szt.]	Zwiększenie rozpoznawalności znaku LGD BL. Zbudowanie i utrzymanie wysokiej rozpoznawalności EFRROW i PROW 2014-2020 na tle innych programów oraz funduszy europejskich.
Uzyskanie informacji zwrotnej na temat jakości usług świadczonych przez LGD BL	<ul style="list-style-type: none"> <li>potencjalni beneficjenci</li> <li>beneficjenci</li> <li>organy stowarzyszenia</li> <li>uczestnicy szkoleń</li> </ul>	Ankieta monitorująca pracę biura	x	x	x	x	-	Liczba ankiet oceniających pracę biura [szt.]	Podniesienie jakości usług świadczonych przez LGD BL.
		Ankieta monitorująca jakość doradztwa prowadzonego przez pracowników biura	x	x	x	x	-	Liczba ankiet oceniających jakość prowadzonego doradztwa [szt.]	
		Ankieta monitorująca jakość szkoleń dla organów LGD BL	x	x	x	x	x	Liczba ankiet oceniających jakość przeprowadzonego szkolenia [szt.]	
Uzyskanie informacji zwrotnej na temat realizacji LSR	<ul style="list-style-type: none"> <li>potencjalni beneficjenci</li> <li>beneficjenci</li> <li>Urząd Marszałkowski Woj. Lubuskiego</li> </ul>	Ankieta monitorująca	-	x	x	x	x	Liczba ankiet monitorujących realizację operacji przez beneficjentów [szt.]	Monitorowanie stopnia realizacji poszczególnych operacji przez beneficjentów oraz stanu wdrażania LSR.
		Raport - stan wdrażania – ZWL	-	x	x	x	x	Liczba raportów – stan wdrażania z ZWL [szt.]	