

Załącznik nr 5 do Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność STOWARZYSZENIA LGD BRAMA LUBUSKA Lokalnej na lata 2014-2020  
– Plan Komunikacji na rok 2019

Działania	Adresaci	Środki przekazu	Termin 2018	Wskaźniki	Wartość docelowa 2018	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</li> <li>przedsiębiorcy</li> <li>rolnicy</li> <li>młodzież</li> <li>bezrobotni</li> </ul>	Punkt informacyjny – biuro LGD BL	x	Liczba osób odwiedzających biuro beneficjentów [osoba]	20	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	Liczba artykułów internetowych informacyjnych lub promocyjnych [szt.]	5	
		www.bramalubuska.pl	x	Liczba osób odwiedzających stronę internetową [osoba]	1000	
		Strony internetowe: <ul style="list-style-type: none"> <li>Gmin Członekowskich</li> <li>Powiatowych Urzędów Pracy</li> <li>Ośrodków Pomocy Społecznej, etc. i inne (np. tablice informacyjne)</li> </ul>	x	Liczba stron internetowych i innych, na których umieszczono artykuły informacyjne lub promocyjne [szt.]	15	
		Wydarzenia eventowe	x	Liczba zrealizowanych konkursów, przedsięwzięć kulturalno-edukacyjnych [szt.]	12	
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</li> <li>przedsiębiorcy</li> <li>rolnicy</li> <li>młodzież</li> <li>bezrobotni</li> </ul>	Facebook	x	Liczba artykułów internetowych o treściach informacyjnych [szt.]	2	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	Liczba osób odwiedzających stronę [osoba]	1000	
		Strony internetowe: <ul style="list-style-type: none"> <li>Gmin Członekowskich</li> <li>Powiatowych Urzędów Pracy</li> <li>Ośrodków Pomocy Społecznej, etc. i inne (np. tablice informacyjne)</li> </ul>	x	Liczba stron internetowych i innych, na których zamieszczono informację [szt.]	15	
		Doradztwo	x	Liczba podmiotów, którym udzielono doradztwa [szt.]	20	
		Spotkania informacyjne, szkolenia	x	Liczba materiałów informacyjnych i promocyjnych (np. plakaty, ulotki, broszury, prezentacje, długopisy, itp.)	3	
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	Liczba informacji na portalu społecznościowym - Facebook [szt.]	4	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.]	4	
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	Liczba nośników znaków UE, PROW, LEADER [szt.]	3	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	Liczba ankiet oceniających pracę biura [szt.]	20	Podniesienie jakości usług świadczonych przez LGD BL.
		Ankieta monitorująca jakość doradztwa prowadzonego przez pracowników biura	x	Liczba ankiet oceniających jakość prowadzonego doradztwa [szt.]	20	
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	Liczba ankiet monitorujących realizację operacji przez beneficjentów [szt.]	20	Monitorowanie stopnia realizacji poszczególnych operacji przez beneficjentów oraz stanu wdrażania LSR..
		Raport - stan wdrażania – ZWL	x	Liczba raportów – stan wdrażania z ZWL [szt.]	1	