

Harmonogram planu komunikacji ze społecznością lokalną na 2024 r.

Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania „Dolina Stobrawy”



06.02.2024 r., Kluczbork



Plan
Strategiczny dla
Wspólnej
Polityki
Rolnej
na lata 2023-2027



Dolina
Stobrawy

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie.

Wstęp

Komunikacja w procesie tworzenia i wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju jest warunkiem niezbędnym w osiągnięciu zaplanowanych efektów. Jednym z aspektów wartości dodanej jest systematyczne rozwijanie potencjału społeczności lokalnych do świadomego osiągnięcia celów strategii. Chcemy to uzyskać poprzez tworzenie warunków do aktywnego, ciągłego i szeroko rozumianego uczestnictwa społeczności lokalnych w bieżącym wdrażaniu LSR oraz kreowanie lokalnych liderów wywodzących się ze społeczności terenu LGD, która dzięki swojemu zaangażowaniu i prowadzonej działalności zawodowej może przyczyniać się do rozwoju całego obszaru i osiągnięcia założonych celów. Planujemy bieżące włączanie społeczności lokalnych w realizację strategii, co przyniesie nie tylko efekty edukacyjne, ale także może znacząco polepszać jakość operacji zgłaszanych do LGD przez wnioskodawców.

Główne cele i przesłanki leżące u podstaw opracowania Planu komunikacji ze społecznością lokalną.

Celem działań komunikacyjnych Lokalnej Strategii Rozwoju jest wspieranie realizacji celów określonych w LSR przez zachęcenie beneficjentów, potencjalnych beneficjentów oraz mieszkańców obszaru LGD do korzystania z dofinansowania dzięki dostarczeniu im informacji niezbędnych w procesie ubiegania się o środki unijne, motywowaniu projektodawców i edukowaniu w obszarze właściwej realizacji projektów oraz upowszechnianiu efektów wykorzystania Funduszy Europejskich na obszarze LGD.

Celem dodatkowym jest tworzenie trwałego i pozytywnego wizerunku LGD oraz aktywizowanie społeczności lokalnych do włączenia się w realizację LSR poprzez aktywne uczestnictwo w proponowanych przedsięwzięciach. Działania komunikacyjne prowadzone będą poprzez zastosowanie odpowiednich metod i narzędzi komunikacji dobranych stosownie do określonych grup docelowych.

Cele szczegółowe planu komunikacji to: okresowe informowanie społeczności lokalnej o stanie realizacji LSR, bieżące informowanie o wszystkich ewentualnych zmianach w LSR, wsparcie potencjalnych beneficjentów w zakresie doskonalenia umiejętności przygotowania wniosków aplikacyjnych, edukacja określonych grup docelowych włączonych w proces wdrażania LSR, popularyzowanie i promocja efektów realizacji projektów innowacyjnych, prezentacja sukcesów we wdrażaniu LSR.

Harmonogram planu komunikacji ze społecznością lokalną na 2024r.

L.P.	Działanie	Grupa docelowa	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji		Efekty działań komunikacyjnych	Budżet (EUR)
				Jednostka miary	Wartość		
1	Upowszechnienie wśród społeczności LGD wiedzy o LSR, jej głównych celach i kierunkach interwencji, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR. (Kampanie informacyjne)	Ogół społeczeństwa	- strona www	- liczba wpisów na stronie www	4	Wzrost wśród społeczności LGD wiedzy o LSR, jej głównych celach i kierunkach interwencji, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR. Coroczne badanie ankietowe, w którym minimum 75% respondentów wykaże wzrost wiedzy.	300,00 €
				- liczba odwiedzin strony www	500		
				- liczba stron www	1		
			- media społecznościowe	- liczba wpisów/materiałów w mediach społecznościowych	4		
				- liczba wyświetleń	500		
			- punkty informacyjne	- liczba osób, którym udzielono informacji	50		
			- tablice informacyjne	- liczba informacji zamieszczonych na tablicach informacyjnych	2		
			- spotkania informacyjne	- liczba spotkań informacyjnych	6		
- materiały informacyjne	- liczba rodzajów materiałów informacyjnych (wersja elektroniczna)	6					

L.P.	Działanie	Grupa docelowa	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji		Efekty działań komunikacyjnych	Budżet (EUR)
				Jednostka miary	Wartość		
2	Zapewnienie rzetelnej i aktualnej wiedzy wnioskodawcom, w tym grantobiorcom, o głównych zasadach i warunkach aplikowania o pomoc finansową i realizacji operacji/grantów ze szczególnym uwzględnieniem zakresów dotyczących innowacyjności, cyfryzacji, środowiska i klimatu, zmian demograficznych oraz partnerstwa w realizacji LSR.	Potencjalni beneficjenci	- doradztwo	- liczba osób, którym udzielono doradztwa	50	Wzrost wiedzy u wnioskodawców, w tym grantobiorców, o głównych zasadach i warunkach aplikowania o pomoc finansową i realizacji operacji/grantów Coroczne badanie ankietowe, w którym minimum 75% respondentów wykaże wzrost wiedzy.	200,00 €
			- spotkania dla potencjalnych beneficjentów (warsztaty, seminaria, konferencje, szkolenia, networking itp.)	- liczba spotkań dla potencjalnych beneficjentów	1		
			- strona www	- liczba stron www	1		
3	Budowanie pozytywnego wizerunku LGD jako organizacji wspierającej rozwój lokalny ze szczególnym uwzględnieniem upowszechnienia efektów wdrażania LSR, w tym promocji dobrych praktyk.	Ogół społeczeństwa	- strona www	- liczba wpisów na stronie www	2	Zbudowanie pozytywnego wizerunku LGD jako organizacji wspierającej rozwój lokalny ze szczególnym uwzględnieniem upowszechnienia efektów wdrażania LSR, w tym promocji dobrych praktyk. Coroczne badanie ankietowe, w którym minimum 75% respondentów oceni dobrze i bardzo dobrze działania LGD.	200,00 €
				- liczba odwiedzin strony www	500		
				- liczba stron www	1		
			- media społecznościowe	- liczba wpisów/materiałów w mediach społecznościowych	2		
			- targi, wystawy, imprezy	- liczba wydarzeń promocyjnych	1		
			- tablice informacyjne	- liczba informacji promocyjnych zamieszczonych na tablicach informacyjnych	1		

L.P.	Działanie	Grupa docelowa	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji		Efekty działań komunikacyjnych	Budżet (EUR)
				Jednostka miary	Wartość		
			- spotkania promocyjne/edukacyjne	- liczba spotkań promocyjnych/edukacyjnych	1		
			- materiały promocyjne/edukacyjne	- liczba materiałów promocyjnych/edukacyjnych	1		
4	Uwzględnienie grup w niekorzystnej sytuacji w zakresie informowania nt. wdrażania LSR i realizowanych operacji oraz w działaniach informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych.	Grupy w niekorzystnej sytuacji określone w LSR	- strona www	- liczba wpisów na stronie www	4	Wzrost wiedzy grup w niekorzystnej sytuacji w zakresie wdrażania LSR i realizowanych operacji oraz w działaniach informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych. Coroczne badanie ankietowe, w którym minimum 75% respondentów z grup w niekorzystnej sytuacji wykaże wzrost wiedzy.	200,00 €
				- liczba stron www	1		
			- media społecznościowe	- liczba wpisów/materiałów w mediach społecznościowych	4		
			- spotkania	- liczba spotkań	1		
			- materiały informacyjne/promocyjne/edukacyjne	- liczba materiałów informacyjnych/promocyjnych/edukacyjnych	1		
			- doradztwo	- liczba osób z grup w niekorzystnej sytuacji, którym udzielono doradztwa	50		

Źródło: Opracowanie własne.