

## Plan Komunikacji na rok 2024

- **Celem działań komunikacyjnych jest:**  
**Skuteczne zarządzanie wsparciem rozwoju lokalnego oraz budowa pozytywnego wizerunku i marki LGD BL.**

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 BL. 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.

Działania komunikacyjne	Grupa docelowa – adresaci działań komunikacyjnych	Środki przekazu działań komunikacyjnych	Termin 2024	Wskaźniki	Wartość docelowa	Rezultaty działań
Kampania informacyjna na temat założeń LSR BL: przekazywanie informacji dotyczących warunków i zasad udzielania pomocy, kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR BL, informowanie o rezultatach realizacji LSR BL, promocja działalności LGD BL.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ogół zainteresowanych:</li> <li>• potencjalni przyszli wnioskodawcy ;</li> <li>• mieszkańcy obszaru LGD BL (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 kulturalne i/lub edukacyjne mające siedzibę na obszarze LSR BL m.in. biblioteki, domy kultury, szkoły, uniwersytety trzeciego wieku;</li> <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 BL.</li> </ul>	Punkt informacyjny – biuro LGD	x	Liczba osób odwiedzających biuro beneficjentów [osoba]	20	Budowanie kapitału społecznego poprzez aktywizację mieszkańców obszaru LGD BL. Motywowanie, pobudzanie do działania lokalnej społeczności. Wzrost zaangażowania w kształtowanie własnego otoczenia. Wzrost poczucia tożsamości z regionem. Informowanie o przedsięwzięciach realizowanych w ramach LSR BL . Zainteresowanie działalnością realizowaną przez LGD BL.
		1 z mediów społecznościowych np. YouTube, Facebook, Instagram	x	Liczba artykułów/aktywności internetowych informacyjnych lub promocyjnych [szt.]	4	
		1 aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD	x	Liczba odwiedzin strony internetowej /wyświetleń strony w ciągu roku (minimalna wartość wskaźnika do określenia przez LGD).	1000	
		Otwarte spotkanie informacyjno-konsultacyjne	x	Ilość osób uczestniczących w spotkaniu lub Liczba Spotkań	20 1	
Zapewnienie odpowiedniej wizualizacji UE, PS WPR, FEWL - EFS + , LGD BL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• potencjalni beneficjenci;</li> <li>• beneficjenci;</li> <li>• instytucje zaangażowane pośrednio i bezpośrednio we wdrażanie LSR BL</li> </ul>	Materiały promocyjne	x	Liczba nośników znaków UE, PS WPR, FEWL - EFS+ LGD BL [szt.]	2	Zwiększenie rozpoznawalności znaku LGD BL . Zbudowanie i utrzymanie wysokiej rozpoznawalności UE, PS WPR, FEWL - EFS+ 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 BL,</li> <li>• realizacji LSR BL,</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	x	Liczba osób, które wypełniły ankietę [szt.]	20	Monitorowanie stopnia realizacji poszczególnych operacji przez beneficjentów oraz stanu wdrażania LSR BL. Podniesienie jakości usług świadczonych przez LGD BL. W przypadku problemów z realizacją LSR BL, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD BL nastąpi zintensyfikowanie działań promocyjno-informacyjnych. W przypadku niskiej efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu LGD BL 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 BL - wskazanie stanu osiągnięcia celów i wskaźników zaplanowanych w LSR BL</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 – ZWL	x	Liczba raportów – stan wdrażania z ZWL [szt.]	2	Monitorowanie stopnia realizacji poszczególnych operacji przez beneficjentów oraz stanu wdrażania LSR BL. W przypadku problemów z realizacją LSR BL, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD BL nastąpi zintensyfikowanie działań promocyjno-informacyjnych.