

Harmonogram Planu Komunikacji Stowarzyszenia Dolina Pilicy na rok 2025 - aktualizacja

Cele szczegółowe Planu komunikacji								
<p>I. pobudzanie aktywności mieszkańców obszaru i informowanie o możliwościach pozyskania dofinansowania w ramach LSR,</p> <p>II. wsparcie potencjalnych beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów i rozliczania poprzez profesjonalne doradztwo, szkolenia i pomoc na każdy etapie realizacji projektów,</p> <p>III. wzrost poziomu świadomości i wiedzy mieszkańców na temat korzyści z członkostwa w UE dla obszaru LGD dzięki zrealizowanym w ramach strategii projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji,</p> <p>IV. budowanie pozytywnego wizerunku oraz utrwalenie spójnego systemu identyfikacji wizualnej LGD oraz operacji realizowanych w ramach wdrażania LSR zgodnie z księgą wizualizacji w zakresie PS WPR na lata 2023-2027,</p> <p>V. włączanie mieszkańców w proces podejmowania decyzji skutkujące aktywnym i ciągłym uczestnictwem społeczności lokalnej w bieżącym wdrażaniu LSR,</p> <p>VI. wzmocnienie współpracy partnerskiej i poziomu zaangażowania partnerów oraz interesariuszy LGD,</p> <p>VII. zebranie informacji na temat ewentualnych problemów związanych z procesem aplikowania o środki z budżetu LSR,</p> <p>VIII. aktywizacja i animacja do wdrażania innowacji dla określonych grup docelowych,</p> <p>IX. promocja dobrych praktyk osiągniętych za pośrednictwem środków na wdrażanie LSR zarówno na terenie LGD, jak i w innych regionach kraju czy za granicą, które mogłyby zostać wdrożone na obszarze LGD poprzez projekty składane w ramach LSR,</p> <p>X. popularyzowanie i promocja efektów realizacji projektów innowacyjnych oraz prezentacja sukcesów we wdrażaniu LSR.</p>								
1	2	3	4	5		6	7	
Cel komunikacji	Działanie komunikacyjne	Grupa docelowa	Środki przekazu	Zakładane wskaźniki		Planowane efekty	Planowany Budżet <i>kurs euro 4.3</i>	Termin
				Jednostka miary	Wartość			
I, II, III, IV, V	Kampania informacyjno-promocyjna	Osoby fizyczne Osoby prawne Grupy nieformalne Jednostki sektora finansów publicznych Turyści Seniorzy Ludzie młodzi do 25 roku życia Grupy osób w niekorzystnej sytuacji	Artykuły na stronach internetowych UG i/lub jednostkach im podległych	Liczba artykułów	15	Wyraźny wzrost zainteresowania możliwością skorzystania z pomocy finansowej w ramach wdrażania LSR.	W ramach kosztów bieżących	I – IV kwartał 2025
			Artykuły na stronie internetowej LGD oraz portalu społecznościowym	Liczba artykułów	22	Zwiększenie intensywności udzielonego doradztwa, w tym dla osób z grup wykluczonych społecznie.	W ramach kosztów bieżących	I – IV kwartał 2025
			Spotkania otwarte	Liczba spotkań	2	Zwiększone zainteresowanie podjęciem, bądź rozwojem działalności gospodarczej.	71,02 euro <i>(305,39 zł)</i>	I – IV kwartał 2025
			Materiały np. ulotki, publikacje, broszury informacyjne wręczana na spotkaniach i w biurze LGD	Liczba materiałów	Opracowanie i wydanie 1 opracowania w ilości 1 tys. sztuk	Wzrost zainteresowania lokalnymi inicjatywami społecznymi.	486,28 euro <i>(2 091,00 zł)</i>	I – IV kwartał 2025

I, II	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca naborów	Osoby fizyczne Osoby prawne Grupy nieformalne Jednostki sektora finansów publicznych Seniorzy Ludzie młodzi do 25 roku życia Grupy osób w niekorzystnej sytuacji	Poinformowanie o terminach przyjmowania wniosków aplikacyjnych Ogłoszenia na stronie internetowej LGD i portalu społecznościowym	Liczba ogłoszeń/naborów	2	Skutecznie przekazana informacja dot. wszystkich planowanych naborów, w pełni dostępna dla wszystkich bez wyjątku mieszkańców obszaru LGD.	W ramach kosztów bieżących	I – IV kwartał 2025
I, IV, V, VI	Udział w targach, wystawach, imprezach, wydarzeniach i spotkaniach o zasięgu lokalnym, regionalnym, krajowym i międzynarodowym itp. Kampania informacyjno-promocyjna	Osoby fizyczne Osoby prawne Grupy nieformalne Jednostki sektora finansów publicznych Seniorzy Ludzie młodzi do 25 roku życia Grupy osób w niekorzystnej sytuacji	Uczestnictwo w wydarzeniach, imprezach ze stoiskiem promocyjnym LGD	Liczba wydarzeń	2	Zwiększona promocja obszaru LGD oraz wzrost zainteresowania o stopniu wdrażania LSR.	88,79 euro (381,80 zł)	I – IV kwartał 2025
I, III, IV, V, VI, VIII, IX	Organizacja wydarzeń, imprez, warsztatów, szkoleń, konkursów, wyjazdów studyjno-szkoleniowych, poznanie dobrych praktyk Kampania informacyjno-promocyjna	Osoby fizyczne Osoby prawne Grupy nieformalne Jednostki sektora finansów publicznych Turyści Seniorzy Ludzie młodzi do 25 roku życia Grupy osób w niekorzystnej sytuacji	Rozwój Marki lokalnej Dolina Pilicy zwolnij bieg... - nadanie certyfikatów jakości LGD	Liczba działań	1 działanie	Wyraźny wzrost kreatywności i aktywności lokalnych środowisk. Rozwój przedsiębiorczości. Rozwój społeczeństwa obywatelskiego. Wzrost wiedzy i umiejętności społeczności lokalnej. Przeszkolenie zakładanej liczby uczestników poszczególnych szkoleń. Aktywizacja zakładanej liczby uczestników poszczególnych warsztatów.	1 185,58 euro (5 097,98 zł)	I – IV kwartał 2025
			Nośniki/Materiały/ Gadżety promujące produkty marki lokalnej Dolina Pilicy	Liczba wydanych materiałów promocyjnych	1 w ilości 15 tys. sztuk		686,51 euro (2 952,00 zł)	I – IV kwartał 2025

III, IV, VI, VII	Stacjonarny i mobilny punkt informacyjno-doradczy	Osoby fizyczne Osoby prawne Grupy nieformalne Jednostki sektora finansów publicznych Turyści Seniorzy Ludzie młodzi do 25 roku życia Grupy osób w niekorzystnej sytuacji	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD	Ankiety w wersji papierowej i/lub elektronicznej	Zwrot ankiet na poziomie min. 60%	Zebranie i analiza opinii dot. wskazanego celu komunikacji. Wprowadzenie propozycji zmian komunikacyjno- proceduralnych dla zwiększenia skuteczności wdrażania LSR. Identyfikacja problemów komunikacyjnych.	W ramach kosztów bieżących	I – IV kwartał 2025
Całkowity budżet: 2 518,18 EURO / 10 828,17 ZŁ								

Źródło danych: opracowanie własne.