



Komunikacijos plano rezultatai

2019 m. kovo 28 d.
Vilnius

2018 METŲ KOMUNIKACINIŲ VEIKLŲ REZULTATAI



Per 2018 m.:

- pagerėjo 86 stebimų komunikacijos rodiklių reikšmės (palyginimui, įgyvendinant 2017 m. komunikacijos planą buvo padaryta pažanga dėl 73 rodiklių);
- metinio plano rezultatyvumas siekia 45 proc. (lyginant su praėjusiais metais – išaugo 18 proc. punktais, o su 2016 m. – 22 proc. punktais);
- įgyvendinant komunikacijos kampanijas buvo panaudota 61 proc. 2018 m. šių kampanijų veikloms skirto biudžeto (2 581 645 Eur) (lyginant su 2017 m. plano įgyvendinimu, šiais metais finansinė pažanga yra 11 proc. punktų didesnė).

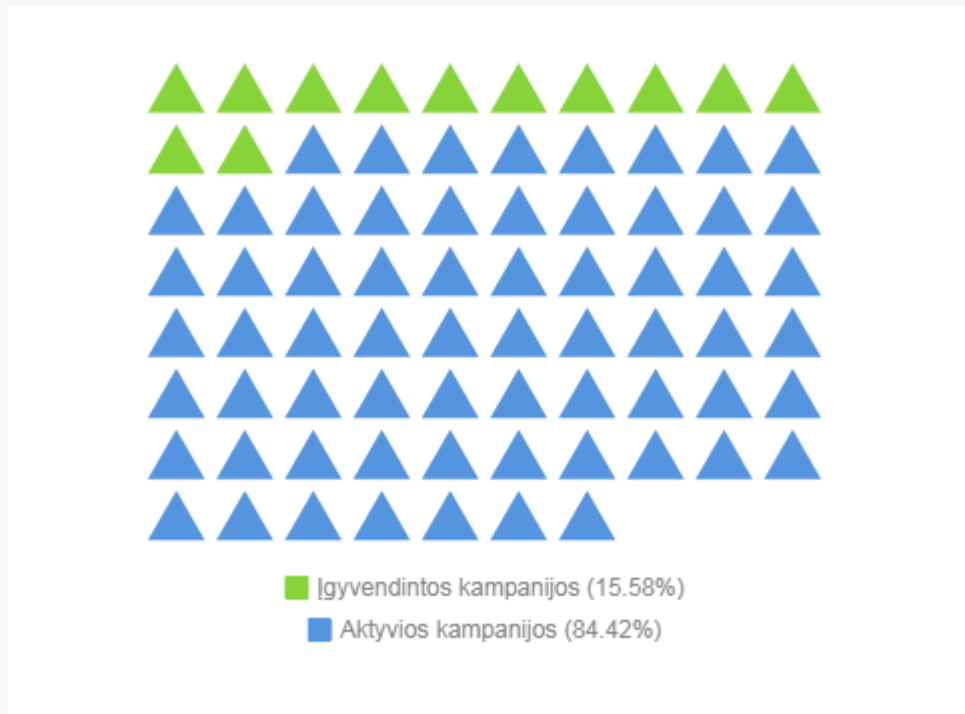


VEIKSMŲ PROGRAMOS RODIKLIAI

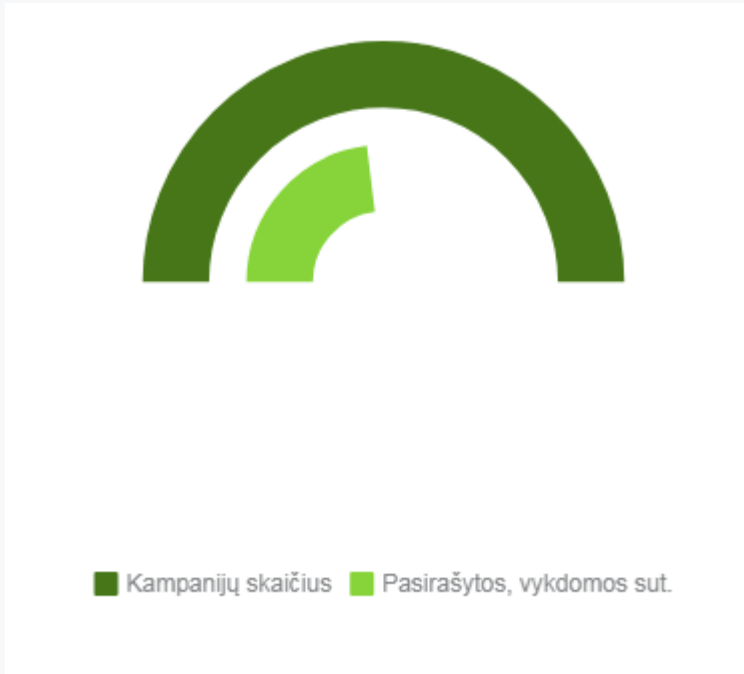


RODIKLIS	PRADINĖ REIKŠMĖ	SIEKTINA REIKŠMĖ	PASIEKTAS REZULTATAS
Dalis potencialių pareiškėjų, kuriuos tenkina turima informacija	30% (2009 m.)	65% (2023 m.)	66% (2018 m. pab.)
Dalis projektų vykdytojų, kuriems pakanka informacijos kaip tinkamai įgyvendinti projektą	18% (2009 m.)	65% (2023 m.)	84% (2018 m. pab.)
Dalis gyventojų, teigiančių, kad ES investicijos padeda siekti teigiamų socialinių ir ekonominių pokyčių šalyje ir prisideda prie gyventojų gyvenimo kokybės gerinimo	50% (2008 m.)	60% (2023 m.)	72% (gyvenimo kokybė) 72% (teig. ek. pokyčiai) 71% (teig. soc. pokyčiai) (2018 m. pab.)
ES fondų svetainėje apsilankusių unikalių lankytojų vidutinis skaičius per metus	-	200 000 (2023 m.)	225 264 (2018 m.)

57 ĮGYVENDINTOS INFORMAVIMO IR KOMUNIKACIJOS KAMPANIJOS (2023 M.)



VISUOTINĖ DOTACIJA



Gerieji projektų pavyzdžiai:

- Lietuvos verslo konfederacija (Lietuvos verslo konfederacijos (LVK) komunikacijos projektas “Niekada nevēlu”)
- Lietuvos sutrikusio intelekto žmonių globos bendrija „Viltis“ (ES investicijų vaidmuo gerinant sutrikusio intelekto asmenų ir jų artimųjų gyvenimo kokybę)
- Baltijos kamerinis operos teatras (Visi skirtingi, visi kultūringi)

2019 METŲ KONTAKTŲ MUGĖ



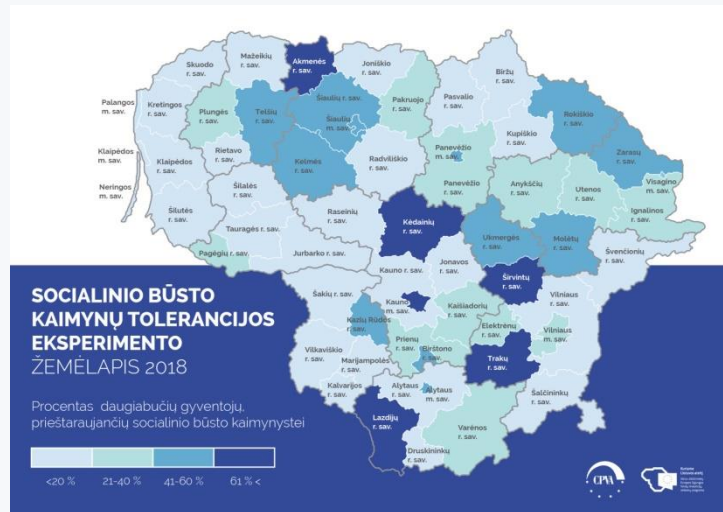
11 stendų (13 agentūrų ir ministerijų)

Dalyvavo apie 400 žmonių (apie 70% projektų vykdytojai – apie 30% verslo organizacijų ir 40% viešojo sektoriaus atstovų)

CPVA KOMUNIKACIJOS KAMPANIJA „AŠ – TAVO KAIMYNAS. NERŪŠIUOK MANĘS“ GAVO TARPTAUTINIUS APDOVANOJIMUS



Rygoje vykusiame Baltijos šalių komunikacijos konkurse CPVA komunikacijos kampanijai skirti net trys įvertinimai: 2 vieta socialinių kampanijų kategorijoje, 2 vieta viešojo sektoriaus kampanijų kategorijoje ir 1 vieta integruotos komunikacijos kategorijoje.



Kampanijos metu, kuri pernai truko 6 mėnesius, surengtas ir nufilmuotas sociometrinis eksperimentas, visose 60-tyje Lietuvos savivaldybių, daugiabučiuose, organizuotas eksperimentinis tyrimas ir sudarytas socialinio būsto kaimynų tolerancijos eksperimento žemėlapis, eksponuota lauko reklama, taip pat vyko renginiai su savivaldybių administracijų atstovais.



2019-2021 m. komunikacijos plano keitimas

2019 m. kovo 28 d.
Vilnius

KAS KEIČIASI?

- Komunikacijos kampanijų rodikliai
- Komunikacijos kampanijų pabaigos
- Maksimali komunikacijos kampanijų vertė
- Komunikacijos kampanijai skirtas finansavimas 2019-2021 m.



NAUJOS KAMPANIJOS



- SADM „Neįgaliųjų kvalifikacijos kėlimas“ (Kvalifikuota Lietuva)
- CPVA „Profesinės kompetencijos darbo rinkai“ (Kvalifikuota Lietuva)
- CPVA „Darnus judumas“ (Tvari Lietuva)
- KM „Gyvenimas yra gražus 1“ (Tolydi Lietuva)
- KM „Gyvenimas yra gražus 2“ (Aktyvi Lietuva)
- KM „Menas moka!“ (Kurianti Lietuva)
- ESFA „Drauge spręsti verta“ (Aktyvi Lietuva)

UŽBAIGTOS/PRISTABDYTOS KAMPANIJOS



- SADM „Rezervuota jaunimui“ (Auganti Lietuva)
- INVEGA „Duokit šansą! Pradėk dirbti sau. Galimybės augantiems“ (Auganti Lietuva)
- ESFA „Išnuomotas draugas“ (Tolydi Lietuva)

AČIŪ UŽ DĒMESĪ!