

Załącznik nr 1 do LSR

Plan komunikacji

Plan komunikacji opracowany został w oparciu o dane zebrane w ramach konsultacji społecznych w celu określenia najskuteczniejszych metod komunikacji z lokalną społecznością podczas wdrażania LSR.

Głównym celem Planu jest obustronna komunikacja, polegająca na wymianie informacji pomiędzy LGD oraz mieszkańcami/beneficjentami.

Celami wybranych działań komunikacyjnych są:

- informowanie o rozpoczęciu realizacji, planowanych działaniach i możliwościach dofinansowania,
- informowanie o planowanych konkursach oraz wynikach konkursów,
- informowanie o planowanych zmianach – konsultacje zmian oraz informowanie o dokonanych zmianach,
- podsumowywanie zrealizowanych działań oraz informowanie o planowanych do realizacji,
- podsumowywanie realizacji LSR.

Grupy docelowe, środki przekazu oraz efekty planowanych działań przedstawiono w tabeli 1.

W okresie realizacji projektu prowadzone będą regularne badania, odbywać się będzie monitorowanie skuteczności i efektywności przeprowadzonych działań. W przypadku, gdy stwierdzone zostanie, iż wykorzystywane metody komunikacyjne nie przynoszą oczekiwanych efektów tj. widoczny będzie brak zainteresowania działaniami, dostępnymi dofinansowaniami, wystąpią problemy z realizacją operacji/zadań wybranych do realizacji podjęte zostaną działania mające na celu zwiększenie efektywności komunikacji oraz doradztwa świadczonego przez LGD.

Wskaźniki przypisane do poszczególnych zadań oraz ich wartość docelowa na poszczególnych etapach wdrażania LSR przedstawiona została w tabeli 2.

Działania komunikacyjne podlegać będą analizie efektywności. Proces monitorowania obejmować będzie ciągłą i systematyczną kontrolę nad postępami, ich weryfikację oraz jeśli to będzie wymagane – zmodyfikowanie i dostosowanie do potrzeb. Wyniki i aktualne informacje będą publikowane za pomocą internetowych środków przekazu, m.in. na stronie internetowej LGD. W przypadku wystąpienia problemów, Plan komunikacji zostanie skorygowany zgodnie z Procedurą aktualizacji LSR.

Wnioski oraz opinie zebrane dzięki realizowanym działaniom komunikacyjnym wykorzystane zostaną do ewentualnych modyfikacji/korekt LSR, procedur, kryteriów wyboru.

Budżet działań komunikacyjnych wynosi 220 000,00 zł.

Tabela 1 Metody komunikacji w zależności od grupy docelowej, w tym grupy defaworyzowanej wraz z efektami działań

Cel działań komunikacyjnych	Działania i środki przekazu Sposób dotarcia do grupy docelowej/defaworyzowanej	Grupa docelowa/ defaworyzowana działań komunikacyjnych	Efekty działań komunikacyjnych
Poinformowanie o rozpoczęciu realizacji LSR, planowanych działaniach i możliwościach dofinansowania	<ul style="list-style-type: none"> - Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w siedzibach instytucji użyteczności publicznej. - Artykuły na stronie internetowej LGD, stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD, profilu LGD na portalu społecznościowym. - Newsletter – wysłanie informacji pocztą elektroniczną. - Spotkanie informacyjne otwarte w każdej gminie LGD. - Dyżury pracownika LGD w poszczególnych gminach w wyznaczonych terminach. - Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej i elektronicznej wraz z ulotką informacyjną dystrybuowaną na obszarze LGD. - Ankiety oceniające poziom zadowolenia z działań informacyjnych i doradczych. - Informacja i doradztwo w siedzibie LGD. - Kontakt z grupami docelowymi za pośrednictwem profilu LGD na portalu społecznościowym, dyżur pracownika online na stronie internetowej, rozmów telefonicznych, wiadomości e-mail. - Materiał informacyjny w portalach internetowych i prasie obejmującej obszar LSR. - Przekazywanie informacji do głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich. - Spotkanie dla grupy defaworyzowanej. 	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni), osoby do 29. roku życia.	<ul style="list-style-type: none"> - Podniesienie poziomu świadomości i wiedzy grup docelowych na temat założeń LSR, - podniesienie wiedzy grup docelowych w zakresie pozyskiwania środków na realizację projektów równocześnie dając możliwość przygotowania się do ogłaszanych konkursów.
Podsumowanie dotychczas	<ul style="list-style-type: none"> - Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w siedzibach instytucji użyteczności publicznej. 	Mieszkańcy, przedsiębiorcy,	<ul style="list-style-type: none"> - Poszerzenie wiedzy grup docelowych w zakresie

zrealizowanych działań oraz przedstawienie działań planowanych	<ul style="list-style-type: none"> - Artykuły na stronie internetowej LGD, stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD, profilu LGD na portalu społecznościowym. - Newsletter – wysłanie informacji pocztą elektroniczną. - Spotkanie informacyjne otwarte w każdej gminie LGD. - Dyżury pracownika LGD w poszczególnych gminach w wyznaczonych terminach. - Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej i elektronicznej wraz z ulotką informacyjną dystrybuowaną na obszarze LGD. - Ankiety oceniające poziom zadowolenia z działań informacyjnych i doradczych. - Informacja i doradztwo w siedzibie LGD. - Kontakt z grupami docelowymi za pośrednictwem profilu LGD na portalu społecznościowym, dyżur pracownika online na stronie internetowej, rozmów telefonicznych, wiadomości e-mail. - Ankieta elektroniczna rozsyłana na adresy e-mail wnioskodawców. - Materiał informacyjny w portalach internetowych i prasie obejmującej obszar LSR. - Przekazywanie informacji do głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich. - Spotkanie dla grupy defaworyzowanej. 	członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni), osoby do 29. roku życia.	realizacji projektów oraz planowanych dalszych działań, <ul style="list-style-type: none"> - polepszenie funkcjonowania LGD poprzez uzyskiwanie informacji zwrotnych, - sprawniejsze i efektywniejsze, dostosowane do potrzeb grup docelowych, wdrażanie LSR dzięki informacjom zwrotnym, - przystosowanie do potrzeb prowadzenia działań informacyjnych.
Podsumowanie realizacji LSR	<ul style="list-style-type: none"> - Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w siedzibach instytucji użyteczności publicznej. - Artykuły na stronie internetowej LGD, stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD, profilu LGD na portalu społecznościowym. - Newsletter – wysłanie informacji pocztą elektroniczną. - Spotkanie informacyjne otwarte w każdej gminie LGD. 	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni), osoby do 29. roku życia.	<ul style="list-style-type: none"> - Podniesienie wiedzy grup docelowych na temat wdrożonej LSR, - zapoznanie się z opinią wszystkich grup w zakresie prawidłowej

	<ul style="list-style-type: none"> - Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej i elektronicznej wraz z ulotką informacyjną dystrybuowaną na obszarze LGD. - Ankiety oceniające poziom zadowolenia z działań informacyjnych i doradczych. - Ankieta elektroniczna rozsyłana na adresy e-mail wnioskodawców. - Materiał informacyjny w portalach internetowych i prasie obejmującej obszar LSR. - Przekazywanie informacji do głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich. - Spotkanie dla grupy defaworyzowanej. 		realizacji LSR oraz działalności LGD.
Poinformowanie o planowanym konkursie	<ul style="list-style-type: none"> - Artykuły na stronie internetowej LGD, stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD, profilu LGD na portalu społecznościowym. - Newsletter – wysłanie informacji pocztą elektroniczną. - Materiał informacyjny w portalach internetowych i prasie obejmującej obszar LSR. - Przekazywanie informacji do głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich. - Spotkanie dla grupy defaworyzowanej. 	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni), osoby do 29. roku życia.	<ul style="list-style-type: none"> - Przygotowanie grup docelowych, w tym defaworyzowanej, do realizacji planowanych operacji, - przygotowanie LGD do efektywniejszego planowania kolejnych konkursów i prowadzenia koniecznych działań informacyjno-edukacyjnych, - weryfikacja stosowanych metod komunikacji.
Poinformowanie o wynikach konkursu	<ul style="list-style-type: none"> - Artykuły na stronie internetowej LGD, stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD, profilu LGD na portalu społecznościowym. - Newsletter – wysłanie informacji pocztą elektroniczną. 	Wnioskodawcy, mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych	<ul style="list-style-type: none"> - Przygotowanie grup docelowych, w tym defaworyzowanej, do realizacji planowanych operacji,

	<ul style="list-style-type: none"> - Ankieta elektroniczna rozsyłana na adresy e-mail wnioskodawców. 	(działacze społeczni), osoby do 29. roku życia.	<ul style="list-style-type: none"> - przygotowanie LGD do efektywniejszego planowania kolejnych konkursów i prowadzenia koniecznych działań informacyjno-edukacyjnych, - weryfikacja stosowanych metod komunikacji.
Poinformowanie o planowanych i dokonanych zmianach	<ul style="list-style-type: none"> - Artykuły na stronie internetowej LGD, stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD, profilu LGD na portalu społecznościowym. - Newsletter – wysłanie informacji pocztą elektroniczną. 	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, członkowie organizacji pozarządowych (działacze społeczni), osoby do 29. roku życia.	<ul style="list-style-type: none"> - Określenie i analiza wymogów i potrzeb grup docelowych, - zorientowanie się w bieżącej sytuacji społeczno-gospodarczej grup docelowych, - dostosowanie dokumentu i uzupełnienie elementów LSR do aktualnych potrzeb grup docelowych.

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 2 Metody komunikacji planowane do wykonania na różnych etapach wdrażania LSR

Lp.	Metody komunikacji	Wskaźnik	ETAP/cel/wartość wskaźnika					
			2016 – Rozpoczęcie realizacji LSR	Raz w roku w latach 2017–2022	2022–2023 Zakończenie realizacji LSR	Przed każdym konkursem	Po każdym konkursie	Przy zmianie zapisów LSR i dokumentów powiązanych
1.	Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w siedzibach instytucji użyteczności publicznej.	Liczba instytucji, w których	18	18	18	-	-	-

		umieszczono ogłoszenie						
2.	Artykuły na stronie internetowej LGD.	Liczba wejść na stronę internetową z artykułem	962	481	962	481	481	481
3.	Artykuły na stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD.	Liczba zamieszczonych artykułów	9	9	9	9	9	9
4.	Artykuły na profilu LGD na portalu społecznościowym.	Liczba osób, które zobaczyły artykuł	96	96	96	96	96	96
5.	Newsletter – wysłanie informacji pocztą elektroniczną.	Ilość osób zapisanych do newslettera, do których została wysłana informacja	96	96	96	96	96	96
6.	Spotkanie informacyjne otwarte w każdej gminie LGD.	Liczba osób, które wzięły udział w spotkaniach	96	96	96	-	-	-
7.	Dyżur pracownika LGD w poszczególnych gminach w wyznaczonych terminach.	Liczba osób korzystających z doradztwa podczas dyżuru	96	96	-	-	-	-
8.	Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej i elektronicznej dystrybuowany na obszarze LGD.	Liczba wydanych biuletynów	5 000	5 000	5 000	-	-	-
9.	Ankiety oceniające poziom zadowolenia z działań informacyjnych i doradczych.	Ilość wypełnionych ankiet	200	200	200	-	-	-
10	Informacja i doradztwo w siedzibie LGD.	Liczba osób korzystających z doradztwa	200	200	-	-	-	-

11.	Kontakt poprzez profil LGD na portalu społecznościowym.	Liczba osób	96	96	-	-	-	-
12.	Dostępność pracownika online na stronie internetowej LGD/ portalu społecznościowym	Liczba osób	96	96	-	-	-	-
13.	Kontakt poprzez rozmowę telefoniczną.	Liczba osób	96	96	-	-	-	-
14.	Kontakt poprzez wiadomość e-mail.	Liczba osób	96	96	-	-	-	-
15.	Ankieta elektroniczna rozsyłana na adresy e-mail wnioskodawców.	Liczba wypełnionych i zwróconych ankiet	-	50% wnioskodawców	50% wnioskodawców	-	50% wnioskodawców	-
16.	Materiał informacyjny w portalach internetowych związanych z obszarem objętym LSR.	Potencjalna liczba odbiorców	9 500	9 500	9 500	9 500	-	-
17.	Materiał informacyjny w prasie obejmującej obszar LSR.	Potencjalna liczba odbiorców	9 500	9 500	9 500	9 500	-	-
18.	Przekazanie informacji do głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich.	Liczba przekazanych informacji	1	1	1	1	-	-
19.	Spotkanie dla grup defaworyzowanych określonych w LSR	Liczba spotkań	1	1	1	1	-	-

Źródło: Opracowanie własne