**Załącznik nr 5 Plan komunikacji**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Termin** | **Cel komunikacji** | **Nazwa działania komunikacyjnego** | **Adresaci działania komunikacyjnego** | **Środki przekazu** | **Budżet** | **Nazwa wskaźnika** |
| |  | | --- | | II poł. 2016 | | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR | Bezpośrednie spotkanie | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane,  - Osoby zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym | Organizacja spotkań otwartych w każdej gminie wchodzącej w skład LGD | bezkosztowo  przerwa kawowa- 900zł  delegacje – 74,1  podróże służbowe dla członków zarządu- 16,6 | 3spotkania informacyjne, po 1 w każdej z trzech Gmin członkowskich LGD  (3x 20 osób )  Ulotki informacyjne szt.100 |
| II poł. 2016 | Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji oraz dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania. | Kampania informacyjna | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane, | * Prowadzenie i aktualizowanie strony internetowej; * Prowadzenie i aktualizowanie portali społecznościowych; * Prowadzenie bieżącej informacji w biurze LGD (telefoniczna, mailowo, osobiście); * Przesyłanie informacji do Powiatowych Urzędów Pracy z prośbą o zamieszczenie informacji na ich stronie internetowej i tablicy ogłoszeń; * Przesyłanie informacji do Urzędów Gmin wchodzących w skład LSR z prośbą o zamieszczenie informacji na ich stronie internetowej i tablicy ogłoszeń; * Przesyłanie informacji do osób znajdujących się w bazie kontaktów LGD | 2500 zł utworzenie nowej strony internetowej-2000 zł  200 zł m-cznie – prowadzenie i aktualizowanie strony internetowej przez 7 miesięcy- 798,52   * Ulotki promocyjne i artykuły w prasie – 1300zł | 2 artykuły zamieszczone na stronie internetowej LGD  7 informacji zamieszczonych na Fanpage LGD  2010 osób, które otrzymały informację w biurze LGD  10 osób, które otrzymały informację telefonicznie lub mailowo  1 Powiatowy Urząd Pracy, do którego przesłano informacje  3 Urzędy Gmin, wchodzących w skład LGD, do których przesłano informacje  30 osób będących w bazie LGD, do których przesłano informacje  Ulotki informacyjne szt.700   * 2 artykuły promocyjno-informacyjne zamieszczone w lokalnej prasie |
| I poł. 2017 | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o trybie oraz procedurze naboru wniosków, w tym o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD | Organizacja cyklu szkoleniowego | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane | * szkolenie; * doradztwo; * ankieta monitorująca; | wykładowca- 3600zł  przerwa kawowa- 1500zł  delegacje pracowników– 116,20zł | 6 szkoleń – 1 z EFS i 1 z EFRR w każdej z trzech Gmin członkowskich LGD ( 6 x 20osób)  Ulotki informacyjne szt. 200  120 wypełnionych ankiet |
| I poł. 2017 | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie. | Badanie oceny przydatności form szkoleniowych | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane,  - Osoby zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym | badanie ankietowe | bezkosztowo | 50 wypełnionych ankiet |
|  |  |  | - |  |  |  |
| I, II poł. 2017 | Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji oraz dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania. | Kampania informacyjna | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane, | * Prowadzenie i aktualizowanie strony internetowej; * Prowadzenie i aktualizowanie portali społecznościowych; * Prowadzenie bieżącej informacji w biurze LGD (telefoniczna, mailowo, osobiście); * Przesyłanie informacji do Powiatowych Urzędów Pracy z prośbą o zamieszczenie informacji na ich stronie internetowej i tablicy ogłoszeń; * Przesyłanie informacji do Urzędów Gmin wchodzących w skład LSR z prośbą o zamieszczenie informacji na ich stronie internetowej i tablicy ogłoszeń; * Przesyłanie informacji do osób znajdujących się w bazie kontaktów LGD | Utrzymanie i prowadzenie strony internetowej – 2029,5zł   * Ulotki promocyjne i artykuły w prasie -2264,5zł | - 2 artykuły zamieszczone na stronie internetowej LGD  - 20 osób, które otrzymały informacje w biurze LGD  10 osób, które otrzymały informację telefonicznie lub mailowo  -1 Powiatowy Urząd Pracy, do którego rozesłano informacje  - 3 Urzędy Gmin wchodzących w skład LGD, do których przesłano informację  - 30 osób będących w bazie LGD do których przesłano informację  - 4 artykuły zamieszczone w prasie lokalnej  - 800 szt. Rozdanych ulotek informacyjnych |
| II poł. 2017 | Szkolenia o trybie oraz procedurze naboru wniosków z funduszu EFS i EFRR skierowane do potencjalnych wnioskodawców w tym o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez radę LGD | Organizacja cyklu szkoleniowego | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane, | * szkolenie; | wykładowca– 5400zł  przerwa kawowa- 2250zł  delegacje pracowników – 174,30zł | 9 szkoleń – 2 z EFRR i 1 z EFS w każdej z trzech Gmin członkowskich LGD (9x 20 osób)   * Ulotki informacyjne szt.200 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Termin** | **Cel komunikacji** | **Nazwa działania komunikacyjnego** | **Adresaci działania komunikacyjnego** | **Środki przekazu** |
| I poł. 2018 | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie. | Badanie poziomu satysfakcji | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane,  - Osoby zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym | Ankieta monitorująca |
| I poł. 2018 | Poinformowanie ogółu społeczeństwa o efektach z realizacji LSR | Bezpośrednie spotkanie | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane,  - Osoby zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym | Organizacja spotkań otwartych w każdej gminie wchodzącej w skład LGD |
| II poł. 2018 | Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji oraz dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania. | Kampania informacyjna | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane, | * Prowadzenie i aktualizowanie strony internetowej; * Prowadzenie i aktualizowanie portali społecznościowych; * Prowadzenie bieżącej informacji w biurze LGD (telefoniczna, mailowo, osobiście); * Przesyłanie informacji do Powiatowych Urzędów Pracy z prośbą o zamieszczenie informacji na ich stronie internetowej i tablicy ogłoszeń; * Przesyłanie informacji do Urzędów Gmin wchodzących w skład LSR z prośbą o zamieszczenie informacji na ich stronie internetowej i tablicy ogłoszeń; * Przesyłanie informacji do osób znajdujących się w bazie kontaktów LGD |
| II poł. 2018 | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o trybie oraz procedurze naboru wniosków, w tym o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD | Organizacja cyklu szkoleniowego | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane, | * szkolenie; * doradztwo; * ankieta monitorująca; |
| I poł. 2019 | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie. | Badanie poziomu satysfakcji | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane,  - Osoby zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym | Ankieta monitorująca |
| I poł. 2019 | Poinformowanie ogółu społeczeństwa o efektach z realizacji LSR | Bezpośrednie spotkanie | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane,  - Osoby zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym | Organizacja spotkań otwartych w każdej gminie wchodzącej w skład LGD |
| II poł. 2019 | Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji oraz dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania. | Kampania informacyjna | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane, | * Prowadzenie i aktualizowanie strony internetowej; * Prowadzenie i aktualizowanie portali społecznościowych; * Prowadzenie bieżącej informacji w biurze LGD (telefoniczna, mailowo, osobiście); * Przesyłanie informacji do Powiatowych Urzędów Pracy z prośbą o zamieszczenie informacji na ich stronie internetowej i tablicy ogłoszeń; * Przesyłanie informacji do Urzędów Gmin wchodzących w skład LSR z prośbą o zamieszczenie informacji na ich stronie internetowej i tablicy ogłoszeń; * Przesyłanie informacji do osób znajdujących się w bazie kontaktów LGD |
| II poł. 2019 | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o trybie oraz procedurze naboru wniosków, w tym o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD | Organizacja cyklu szkoleniowego | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane, | * szkolenie; * doradztwo; * ankieta monitorująca; |
| I poł. 2020 | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie. | Badanie poziomu satysfakcji | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane,  - Osoby zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym | Ankieta monitorująca |
| I poł. 2020 | Poinformowanie ogółu społeczeństwa o efektach z realizacji LSR | Bezpośrednie spotkanie | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane,  - Osoby zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym | Organizacja spotkań otwartych w każdej gminie wchodzącej w skład LGD |
| II poł. 2020 | Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminach ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji oraz dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania. | Kampania informacyjna | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane, | * Prowadzenie i aktualizowanie strony internetowej; * Prowadzenie i aktualizowanie portali społecznościowych; * Prowadzenie bieżącej informacji w biurze LGD (telefoniczna, mailowo, osobiście); * Przesyłanie informacji do Powiatowych Urzędów Pracy z prośbą o zamieszczenie informacji na ich stronie internetowej i tablicy ogłoszeń; * Przesyłanie informacji do Urzędów Gmin wchodzących w skład LSR z prośbą o zamieszczenie informacji na ich stronie internetowej i tablicy ogłoszeń; * Przesyłanie informacji do osób znajdujących się w bazie kontaktów LGD |
| II poł. 2020 | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o trybie oraz procedurze naboru wniosków, w tym o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD | Organizacja cyklu szkoleniowego | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane, | * szkolenie; * doradztwo; * ankieta monitorująca; |
| II poł. 2020 | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie. | Badanie poziomu satysfakcji | - Mieszkańcy,  - Osoby fizyczne,  - Organizacje pozarządowe,  - Przedsiębiorcy,  - Jednostki samorządu terytorialnego,  - Grupy defaworyzowane,  - Osoby zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym | Ankieta monitorująca |

Celem głównym działań komunikacyjnych jest wsparcie realizacji celów określonych w LSR przez zachęcenie potencjalnych beneficjentów oraz mieszkańców obszaru LGD do korzystania z Funduszy Europejskich a w szczególności z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i Europejskiego Funduszu Społecznego. Działania komunikacyjne będą zrealizowane dzięki dostarczeniu mieszkańcom informacji niezbędnych w procesie ubiegania się o środki unijne, motywowanie projektodawców i edukowanie ich w obszarze właściwej realizacji projektów oraz upowszechnianie efektów wykorzystania Funduszy Europejskich na obszarze LGD. Jednym z istotnych wątków, poruszanych w trakcie ewaluacji działalności LGD w poprzednim okresie programowania była kwestia rozpoznawalności LGD na terenach objętych jej działaniem. Pytania dotyczące tego wątku miały w założeniu pozwolić pośrednio na dokonanie oceny efektywności działań promocyjno-komunikacyjnych podejmowanych przez LGD. Efektywność tą na najbardziej podstawowym poziomie w odniesieniu do badanej grupy należy uznać za wysoką, jako że zdecydowana większość ankietowanych (82%) słyszała o działaniach podejmowanych przez LGD. Osoby te poproszono o wskazanie wszystkich źródeł, z których czerpały wiedzę o działaniach LGD. Najpopularniejszymi kanałami informacyjnymi wymienianymi w tym kontekście - obok lokalnej prasy (37%) oraz rodziny/znajomych/sąsiadów (34%) - były te, tworzone przez samo LGD: publikacje i materiały promocyjne (takie jak ulotki, broszury czy plakaty) (39%) oraz strona internetowa LGD (35%). Biorąc pod uwagę uzyskane wyniki i zmieniające się trendy, jeżeli chodzi o efektywne dotarcie z informacją do mieszkańców (rosnącą popularność portali społecznościowych, większa dostępność do Internetu, posiadana baza kontaktów) wykorzystano tylko niektóre narzędzia z pośród tych, które były używane wcześniej.

W trakcie badania ewaluacyjnego podniesiono także wątek świadomości mieszkańców, jeśli chodzi o możliwości pozyskiwania środków, jakie pozostawały w dyspozycji LGD. W tym celu biorących udział w ankiecie proszono o wybranie z zaprezentowanej im listy wszystkich instytucji/osób, które ich zdaniem mogą pozyskiwać środki na realizację różnych działań na terenie gminy za pośrednictwem LGD. Odpowiedź "mieszkańcy" wybrało w tym kontekście 26% respondentów, zaś "przedsiębiorstwa" - 30%. Zdecydowanie częściej wskazywano na organizacje pozarządowe (45%) oraz urzędy gmin (66%). W świetle zaprezentowanych danych zasadne wydaje się stwierdzenie, że wciąż istnieje potrzeba popularyzacji możliwości uzyskania środków za pośrednictwem LGD wśród mieszkańców gmin, objętych jej działalnością. Dlatego też planowane działania mają na celu nie tylko wzbudzić zainteresowanie oraz zachęcić potencjalnych Beneficjentów do aplikowania o środki, zwiększając liczbę zrealizowanych inwestycji, ale dodatkowo wzmocnić konkurencyjność i atrakcyjność Lokalnej Grupy Działania oraz jej rozpoznawalność.

Cel ogólny działań informujących o LSR będzie realizowany poprzez następujące cele szczegółowe:

1. informowanie o możliwości uzyskania wsparcia i pomocy w przygotowaniu, realizacji oraz rozliczaniu projektów dofinansowanych w ramach LSR,
2. zwiększenie poziomu świadomości i wiedzy mieszkańców na temat korzyści z członkostwa w Unii Europejskiej oraz z możliwości jakie wnosi LGD, dzięki napływowi Funduszy Europejskich,
3. wzmocnienie pozytywnego wizerunku LGD jako obszaru efektywnie wykorzystującego szanse stwarzane przez członkostwo Polski w Unii Europejskiej,

**Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu.**

W celu określenia efektywności prowadzonych działań komunikacyjnych prowadzone będą przez biuro LGD zestawienia określające:

* Liczbę odbiorców działań komunikacyjnych w stosunku do złożonych wniosków o dofinansowanie działań
* Liczbę osób korzystających z doradztwa w stosunku do liczby złożonych wniosków o dofinansowanie działań
* Liczbę złożonych wniosków do LGD w stosunku do liczby wniosków rekomendowanych do dofinansowania
* Liczbę wniosków rekomendowanych do dofinansowania w stosunku do podpisanych umów

Ponadto prowadzone będzie badanie poziomu satysfakcji z funkcjonowania biura LGD i wdrażania LSR, które zostało opisane w rozdziale Plan komunikacyjny.

Dzięki zastosowaniu w/w rozwiązań na bieżąco będzie można monitorować efektywność prowadzonych działań komunikacyjnych oraz reagować na pojawiające się problemy. W przypadku osiągania przez LGD niezadawalających wyników przejawiających się w postaci problemów związanych z realizacją LSR czy niskiej akceptacji społeczeństwa dla działań realizowanych przez LGD plan komunikacji będzie podlegał zmianie po uzyskaniu wyników ewaluacji funkcjonowania LGD w tym aspekcie. Dodatkowo informacja o wynikach zestawień i raport z ankiet będą upubliczniane na stronie internetowej LGD.

**Opis wniosków/opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych, sposobu ich wykorzystania w procesie realizacji LSR.**

W celu zebrania wniosków i opinii z prowadzonych działań komunikacyjnych prowadzone będą przez pracowników biura LGD poziomu satysfakcji wspomniane wcześniej. W ten sposób mieszkańcy uczestniczący w działaniach komunikacyjnych będą mieli możliwość wyrażenia własnych wniosków co do ich treści, zakresu, przydatności, stopnia zrozumienia oraz sposobu przekazania. Będą również mieli okazję do zgłoszenia własnych wątpliwości, opinii lub propozycji do konkretnego działania komunikacyjnego.

Wyniki zbieranych przez pracowników biura LGD ankiet będą zestawiane oraz przekazywane pod obrady Zarządu w celu wprowadzenia ewentualnych korekt. Jeżeli organ LGD uzna za stosowne wprowadzenie zmian w procesie komunikacyjnym lub sposobie pracy poszczególnych organów LGD czy też biura podda wnioski pod głosowanie i przyjmie je w formie uchwał. Walne Zebranie Członków zostanie poinformowane o wprowadzonych korektach podczas najbliższych obrad.

Sam plan komunikacyjny oraz jego aktualizacje będą zamieszczone na stronie internetowej LGD.

**Budżet na działania komunikacyjne**

LGD zaplanowało do realizacji w planie komunikacyjnym takie działania, których wykonanie nie wymaga zbyt wielu nakładów finansowych i będzie mieściło się w ramach kosztów bieżących i aktywizacji. Główny koszt będzie dotyczył opłaty za bieżącą obsługę strony internetowej tj. ok. 1000 zł raz na kwartał oraz za prowadzenie usług szkoleniowo-doradczych w przypadku operacji z zakresu rozwoju przedsiębiorczości na obszarze objętym strategią rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność tj. ok. 10.000 zł za cały okres programowania.