

PLAN KOMUNIKACJI (załącznik nr 5)

Plan komunikacji jest generalnym planem działań komunikacyjnych dla partnerstwa przyjętym na określony czas i zawierającym element jego korygowanie i modyfikację ujęte w ewaluacji i monitoringu LSR.

Komunikaty kierowane do mieszkańców obszaru będą odpowiednio emitowane, tak aby informacja odtarła do osób zainteresowanych, będą klarowne, interesujące, będą adekwatnie opracowane i efektywne.

Zatem celem planu komunikacji będzie informowanie, konsultowanie, współdecydowanie i współdziałanie zarówno zewnątrz z mieszkańcami obszaru LGD Brama Beskidu, jak i wewnątrz organizacji, tak aby skutecznie wdrażać i realizować LSR.

Tabela: Działania komunikacyjne, odpowiadające im środki przekazu oraz zidentyfikowani adresaci poszczególnych działań komunikacyjnych.

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu
II połowa 2016 r.	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2016-2023 (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR)	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2016-2023	wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD (w tym także przedstawiciele grup defaworyzowanych)	<ul style="list-style-type: none"> – rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną (newsletter LGD), – informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD Brama Beskidu, – informacje na oficjalnych stronach internetowych gmin obszaru LGD, – ogłoszenia na portalu społecznościowym Facebook, – ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, GOK), – organizacja spotkań informacyjno-konsultacyjnych na obszarze LGD, – artykuł w prasie lokalnej.
II połowa 2016 r.	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych)	Spotkania nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD	wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru	<ul style="list-style-type: none"> – rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną (newsletter LGD), – informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD Brama Beskidu, – informacje na oficjalnych stronach internetowych gmin obszaru LGD, – organizacja spotkań informacyjno-konsultacyjnych w każdej z gmin obszaru LGD
II połowa 2016 r./ do końca realizacji LSR	Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów.	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Beneficjenci oraz projektodawcy	<ul style="list-style-type: none"> – spotkania szkoleniowo-doradcze, doradztwo indywidualne w gminach – dyżur w siedzibie LGD
2017 r. (i w każdym kolejnym roku zgodnie z planem działania)	Aktywizacja potencjalnych uczestników projektów (odbiorców projektów), w tym przedstawicieli grup defaworyzowanych	Informacja na temat możliwości samozatrudnienia, bądź objęcia działaniem kwalifikacyjnym w ramach realizowanych projektów	mieszkańcy obszaru, przedstawiciele grup defaworyzowanych, wskazanych w LSR (m.in. długotrwale bezrobotni, osoby młode oraz osoby w wieku do 35 pozostające bez pracy, osoby zagrożone wykluczeniem społecznym)	<p>Do mieszkańców oraz osób z grup defaworyzowanych:</p> <ul style="list-style-type: none"> – rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną (newsletter LGD), – informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD Brama Beskidu, – informacje na oficjalnych stronach internetowych gmin obszaru LGD, – ogłoszenia na portalach społecznościowych (przede wszystkim Facebook), – ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, GOK), – organizacja spotkań informacyjno-konsultacyjnych w każdej z gmin obszaru LGD, – artykuł w biuletynie LGD.

I połowa 2018 r. (w kolejnych latach zgodnie z planem działania)	Zapewnianie szerokiej akceptacji społecznej dla działań rozwojowych i kierunków rozwojowych realizowanych przy pomocy LSR.	Prezentacja projektów realizowanych i zrealizowanych	Mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)	<ul style="list-style-type: none"> – publikacja dobrych praktyk projektowych - artykuł w biuletynie LGD – promocja skutecznych działań na oficjalnej stronie internetowej LGD oraz na stronach gmin tworzących obszar LGD, – organizacja spotkań informacyjno-konsultacyjnych w każdej z gmin obszaru LGD
II połowa 2018 r.	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie	Badanie opinii i satysfakcji beneficjentów	Beneficjenci	<ul style="list-style-type: none"> – Ankieta online na oficjalnej stronie LGD, – Ankiety po doradztwie, szkoleniu

Tabela: Zakładane wskaźniki w oparciu o planowany budżet działań komunikacyjnych oraz planowane efekty działań komunikacyjnych

Nazwa działania komunikacyjnego	Zakładane wskaźniki	Planowane efekty
Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2016-2023	<ul style="list-style-type: none"> – wysłanie 100 maili w ramach newslettera, – zamieszczenie 4 artykułów na stronach internetowych (LGD oraz gmin), – organizacja 3 spotkań informacyjno-konsultacyjnych (średnio 15 osób na każde spotkanie, badanie ankietowe po spotkaniu) 	<ul style="list-style-type: none"> – dotarcie do co najmniej 450 osób z informacjami o LSR na lata 2016-2023, – podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o głównych założeniach LSR (wyniki ankiet po spotkaniach), – zwiększenie liczby składanych wniosków konkursowych do roku 2018,
Kampania informacyjna nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD	<ul style="list-style-type: none"> – wysłanie 100 maili w ramach newslettera, – zamieszczenie 4 artykułów na stronach internetowych (LGD oraz gmin), – organizacja 4 spotkań informacyjno-konsultacyjnych (średnio 15 osób na każde spotkanie, badanie ankietowe po spotkaniu) 	<ul style="list-style-type: none"> – dotarcie do co najmniej 450 osób z informacjami o kryteriach wyboru operacji, – podniesienie poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów (wyniki ankiet po spotkaniach)
Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	<ul style="list-style-type: none"> – przyjęcie 50 osób w punkcie konsultacyjnym w Biurze LGD, – organizacja 5 spotkań szkoleniowo-doradczych 	<ul style="list-style-type: none"> – podniesienie poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów (wyniki ankiet po spotkaniach)
Informacja na temat możliwości samozatrudnienia	<ul style="list-style-type: none"> – dotarcie z informacjami do 30 osób objętych wsparciem PUP oraz OPS, – wysłanie 100 maili w ramach newslettera, – zamieszczenie 4 artykułów na stronach internetowych (LGD oraz gmin), – organizacja 3 spotkań informacyjno-konsultacyjnych (średnio 15 osób na każde spotkanie) 	<ul style="list-style-type: none"> – podniesienie poziomu wiedzy o propozycjach zawartych w LSR wśród osób z grup defaworyzowanych, – zwiększenie liczby przedstawicieli grup defaworyzowanych w realizowanych projektach do końca 2018 roku, – zwiększenie liczby projektów realizowanych w ramach celu szczegółowego 2 (tym samym zwiększenie wskaź. zatrud-

		nienia)
Prezentacja projektów realizowanych i zrealizowanych	<ul style="list-style-type: none"> – publikacja 1 opracowania nt. dobrych praktyk realizacji projektów w ramach LSR, – zamieszczenie 4 artykułów na stronach internetowych (LGD oraz gmin), – organizacja 2 spotkań informacyjno-konsultacyjnych (średnio 15 osób na każde spotkanie) 	<ul style="list-style-type: none"> – dotarcie do co najmniej 450 osób z przykładami zrealizowanych projektów, – podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o efektach realizacji LSR),
Bańlanie opinii i satysfakcji beneficjentów	<ul style="list-style-type: none"> – zebranie łącznie 200 ankiet (online oraz po doradztwie, szkoleniu) 	<ul style="list-style-type: none"> – pozyskanie informacji o koniecznych zmianach w procesie świadczenia pomocy przez LGD oraz możliwość podniesienia jego jakości

Tabela. Budżet i harmonogram Planu Komunikacji

Lp.	Metody komunikacji	Realizacja/rok/koszt						
		2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1.	Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w siedzibach Urzędów Gminy	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak		
2.	Ogłoszenia na tablicy informacyjnej w siedzibie LGD	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak		
3.	Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w sołectwach obszaru LSR.	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak		
4.	Informacja na stronie internetowej LGD	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak		
5.	Informacja na stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD.	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak		
6.	Informacja na profilu LGD na portalu społecznościowym	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak		
7.	Newsletter – wysłanie informacji.	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak		
8.	Prezentacja informacji podczas wydarzeń na obszarze LGD.	Tak	Tak/500 zł	Tak/500 zł				
9.	Spotkanie informacyjne otwarte w każdej gminie LGD.	Tak/1000 zł		Tak/1000zł				Tak/1000 zł
10.	Dyżur pracownika LGD w poszczególnych gminach w wyznaczonych terminach.	Tak	Tak	Tak	Tak			
11.	Ulotka informacyjna dystrybuowana na obszarze LGD.	Tak/800zł		Tak/800 zł				Tak/800 zł
12.	Bezpłatny biuletyn LGD w wersji papierowej i elektronicznej.	Tak/700 zł	Tak/350	Tak/350 zł				Tak/700 zł
13.	Ankiety oceniające poziom zadowolenia z działań informacyjnych i doradczych.	Tak	Tak	Tak	Tak			

14.	Informacja i doradztwo w siedzibie LGD.	Tak	Tak	Tak	Tak			
15.	Kontakt poprzez komunikator na fanpageu LGD na portalu społecznościowym	Tak	Tak	Tak	Tak			
16.	Kontakt poprzez rozmowę telefoniczną.	Tak	Tak	Tak	Tak			
17.	Kontakt poprzez wiadomość e-mail.	Tak	Tak	Tak	Tak			
18.	Spotkanie szkoleniowo-doradcze dla potencjalnych beneficjentów.	Tak/1000 zł	Tak/1000 zł	Tak/1000 zł	Tak/1000 zł			
19.	Ankieta elektroniczna rozsyłana na adresy e-mail wnioskodawców.	Tak	Tak	Tak	Tak			
20.	Materiał informacyjny w radiu obejmującym obszar LSR.			Tak/1500 zł				
21.	Materiał informacyjny w prasie obejmującej obszar LSR.	Tak/1000 zł		Tak/700 zł				Tak/1000 zł
22.	Spotkanie podczas Sesji Rady w każdej gminie.	Tak	Tak	Tak	Tak			
23.	Spotkanie dla grup defaworyzowanych określonych w LSR	Tak/300 zł	Tak/300					
24.	Komunikaty w ogłoszeniach parafialnych	Tak	Tak	Tak	Tak			

Celem planu komunikacji jest zarówno bieżące informowanie mieszkańców o stanie realizacji LSR (w tym o stopniu osiągania celów i wskaźników), jak i bieżące informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR. Zakłada się, że wzmocnienie przekazu dotyczącego praktycznych aspektów realizacji zapisów dokumentu przełoży się na zwiększenie zaangażowania społeczności lokalnej w działalność LGD, a tym samym pozytywnie wpłynie na jakość zgłaszanych operacji i wniosków. Planowane działania mają wzbudzić zainteresowanie oraz zachęcić potencjalnych beneficjentów do aplikowania o środki tym samym zwiększając liczbę zrealizowanych przedsięwzięć. Celem działań komunikacyjnych jest także pogłębienie i zachowanie akceptacji i aprobaty mieszkańców obszaru LGD dla realizacji LSR. Założenia planu wynikają bezpośrednio z doświadczeń związanych z realizacją poprzedniej strategii (wyniki badań ewaluacyjnych), a także propozycji i uwag zgłaszanych przez uczestników otwartych spotkań informacyjno-konsultacyjnych, w trakcie warsztatów, w punkcie konsultacyjnym oraz przez Zespół Roboczy d.s. LSR. Z analiz oraz dyskusji zidentyfikowano dotychczasowe problemy z komunikacją i promowaniem działalności LGD. Zaproponowany plan komunikacji ma za zadanie wyeliminować dotychczasowe niedobory komunikacyjne, umożliwić pozyskiwanie informacji zwrotnej od mieszkańców a także zagwarantować dwustronność przekazu.

Opis działań komunikacyjnych podejmowanych w przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD:

Ujęte w planie komunikacji działania oraz planowane sposoby przekazu będą podległy regularnym badaniom przynoszonych efektów oraz wykorzystania budżetu na ten cel. Większość zaplanowanych narzędzi komunikacji przewiduje aktywny udział mieszkańców lub otrzymanie informacji zwrotnej. Prowadzona będzie także regularna ocena działań. Jeśli któreś z działań komunikacyjnych nie będzie efektywne, przewiduje się zastosowanie planu naprawczego, który polegać będzie na modyfikacji dotychczasowych planu komunikacji lub zastąpieniu ich nowymi, które w ocenie LGD będą bardziej odpowiednie dla osiągnięcia zamierzonych celów. Przed wprowadzeniem każdej istotnej zmiany, w ramach planu naprawczego, przewiduje się zarówno poinformowanie odbiorców planu komunikacyjnego (za pomocą stron internetowych oraz portalu na Facebook'u) jak i konsultowanie propozycji z mieszkańcami, beneficjentami podczas otwartych spotkań konsultacyjnych oraz za pomocą ankiet.

Opis sposobu wykorzystania w procesie realizacji LSR wniosków/opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych:

Plan komunikacji zakłada działania dotyczące zbierania informacji o funkcjonowaniu LGD oraz poziomu zadowolenia z realizacji LSR, tak aby były one atrakcyjne, innowacyjne i czytelne dla konkretnych grup adresatów. LGD Brama Beskidu poprzez zaplanowany harmonogram zamierza utrzymać mobilizację społeczną w całym kilkuletnim procesie komunikacji w trakcie wdrażania LSR.

Opis zadań z zakresu animacji i współpracy w LGD

W ramach realizacji planu komunikacji prowadzone będą także działania z zakresu animacji lokalnej i współpracy mające na celu wsparcie procesu komunikacji i aktywizację mieszkańców, wsparcie budowania międzysektorowego partnerstwa lokalnego. Do takich zadań należą głównie: konsultacje społeczne LSR (przy zmianie zapisów w LSR) poprzez artykuły na stronie www LGD i portalach internetowych gmin jak również informacji na profilu LGD w portalu społecznościowym oraz newsletter zachęcający do wzięcia udziału w konsultacjach społecznych i innych spotkaniach aktywizacyjnych. Inne zadania z zakresu animacji lokalnej i współpracy to: prezentacja informacji podczas wydarzeń na obszarze LGD, spotkanie informacyjne otwarte w każdej gminie LGD, spotkanie informacyjne dla potencjalnych beneficjentów (grupy docelowej) konkursu w każdej gminie LGD, szkolenie dla potencjalnych beneficjentów, spotkanie podczas Sesji Rady w każdej gminie, spotkanie dla grup defaworyzowanych określonych w LSR. Zadania będą podlegać ewaluacji poprzez ankietę ewaluacyjną, ewentualnie w przypadku spotkań grupowych cyklicznych (np. podczas sesji Rady gminy) – notatkę ze spotkania z wnioskami zgłaszanymi na spotkaniu informacyjnym organizowanym przez LGD.