

Plan komunikacji na lata 2016-2023

CELE DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH (NUMERACJA PONIŻSZYCH CELÓW JEST ZGODNA Z KOLUMNĄ CEL PONIŻSZEJ TABELI)

1. Tworzenie pozytywnego wizerunku LGD, poprzez działania promocyjno-informacyjne, które pozwolą na popularyzację LSR w szczególności przedsięwzięć kierowanych do lokalnej społeczności.
2. Rozpowszechnianie informacji o możliwościach aplikowania o środki, kryteriach wyboru i oceny operacji oceny stosowanych przez Radę LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych) i ich interpretacji, terminach naboru wniosków o wsparcie, w tym dobrych praktykach związanych z ochroną środowiska zapobiegających zmianom klimatycznym.
3. Wsparcie merytoryczne i techniczne wnioskodawców w zakresie przygotowania i rozliczania wniosków.
4. Podniesienie poziomu wiedzy nt. możliwości pozyskania w ramach LSR wśród potencjalnych beneficjentów, w szczególności osób z grup defaworyzowanych (wyniki ankiet po spotkaniach szkoleniowych i doradczych).
5. Poprawa jakości składanych wniosków (zmniejszenie % wniosków odrzuconych na etapie weryfikacji przez Instytucję Wdrażającą).
6. Zwiększenie liczby wnioskodawców z grup defaworyzowanych w stosunku do ogółu wnioskodawców.
7. Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy w zakresie komunikacji interpersonalnej).
8. Aktywizowanie potencjalnych beneficjentów do włączenia się w realizację LSR w tym promocja innowacji oraz dobrych praktyk związanych z ochroną środowiska zapobiegających zmianom klimatycznym.
9. Informowanie lokalnej społeczności o stanie realizacji LSR (poziom osiągniętych wskaźników, prezentacja zrealizowanych projektów) i ewentualnych zmianach w LSR (monitoring i ewaluacja).
10. Aktywizacja grup defaworyzowanych poprzez animację lokalną.
11. Uzyskanie informacji zwrotnych od lokalnych społeczności na temat wpływu realizacji LSR na poprawę jakości życia na obszarze LGD
12. Promocja efektów realizacji strategii oraz prezentacja sukcesów we wdrażaniu LSR.
13. Konsultacje ze społecznością lokalną proponowanych zmian kryteriów wyboru operacji.

GRUPY DOCELOWE LSR:

- Społeczność lokalna zamieszkująca obszar gmin: Adamów, Krzywda, Łuków, Serokomla, Stanin, Miasto Stoczek Łukowski, Stoczek Łukowski, Trzebieszów, Wojcieszków, Wola Mysłowska;
- Przedsiębiorcy;
- Organizacje pozarządowe i inne podmioty nieformalne;
- Jednostki Samorządu Terytorialnego i jednostki podległe;
- Inne LGD, region, kraj;
- Instytucje zaangażowane bezpośrednio lub pośrednio w realizację Lokalnej Strategii Rozwoju;
- Środki masowego przekazu.

GRUPY DEFAWORYZOWANE zidentyfikowane na obszarze LGD „RAZEM”:

- Osoby młode do 35 roku życia;
- Osoby starsze (50+);
- Kobiety.

ŚRODKI PRZEKAZU możliwe do wykorzystania:

- Internet (strony internetowe, profil na portalu społecznościowym);
- Prasa (artykuły, informacje prasowe, wkładka do gazety);
- Punkt konsultacyjny w siedzibie LGD;
- Konferencje i spotkania informacyjne, szkolenia;
- Materiały konferencyjne i szkoleniowe, w tym prezentacje;
- Telewizja internetowa;
- Radio;
- SMS-y;
- Plakaty, foldery, ulotki, gadżety;

- Tablice informacyjne i pamiątkowe;
- Oznaczenie zakupionego w ramach projektów sprzętu i materiałów;
- Polecenie innych osób.

PLANOWANE DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNO-PROMOCYJNE ORAZ SPOSÓB ICH REALIZACJI:

Szczegółowy wykaz działań komunikacyjnych przedstawiono w poniższej tabeli. Działania te można podzielić na następujące grupy:

1. Publikowanie informacji związanych z działaniem LGD:
 - *Termin:* publikowanie na bieżąco;
 - *Środki przekazu:* strona internetowa LGD „RAZEM”, profil na portalu społecznościowym, materiały drukowane, lokalna prasa;
 - *Opis:* Zamieszczane informacje będą dotyczyć przede wszystkim działalności LGD, a w szczególności informowaniu o: możliwościach aplikowania o środki w ramach PROW 2014-2020, terminach spotkań/szkoleń, konferencji, rozpoczęciu badań własnych i ich wyników, protokołach z posiedzeń Rady, zmianach wprowadzonych w realizowanej LSR (w tym kryteriach wyboru) oraz najważniejszych wydarzeniach organizowanych przez LGD;
2. Ogłoszenie o naborach:
 - *Termin:* zamieszczane min. 30 dni przed rozpoczęciem naboru;
 - *Środki przekazu:* strona internetowa LGD „RAZEM”, strona internetowa UM, strona internetowe JST, materiały drukowane, tablica informacyjna LGD oraz Urzędów Gmin, prasa lokalna;
 - *Opis:* Informacje o naborach będą przekazane za pomocą ww. środków przekazu, pozostałe informacje, tj. dokumenty dostępne w ramach naborów, wyniki naborów i inne informacje dotyczące naborów będą zamieszczone na stronie internetowej i w biurze LGD;
3. Ankietyzacja lokalnej społeczności i beneficjentów.
W ramach poprawy efektywności i jakości udzielanego doradztwa przez pracowników LGD, przewiduje się prowadzenie ankietyzacji bezpośrednio po wśród osób które skorzystały z doradztwa/szkolenia (w wersji papierowej). Dodatkowo osoby które skorzystały ze szkolenia będą mogły wypełnić ankiet4. on-line.

PLANOWANE DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE W RAZIE PROBLEMÓW ZWIĄZANYCH Z REALIZACJĄ LSR ORAZ NISKIM POPARCIEM LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI DLA REALIZOWANYCH DZIAŁAŃ PRZEZ LGD

Płatna informacja w prasie o zasięgu lokalnym lub regionalnym dotycząca przyszłych naborów, ogólnych informacji o zakresie wsparcia, możliwych beneficjentach i możliwościach pozyskania informacji.

Informacje w telewizji lokalnej lub regionalnej w czasie antenowym o dużej oglądalności.

ANALIZĘ EFEKTYWNOŚCI DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH I ZASTOSOWANYCH ŚRODKÓW PRZEKAZU (w tym tryb korygowania planu komunikacji)

Wszystkie raporty dotyczące monitoringu i ewaluacji będą publikowane na stronie internetowej LGD. Ponadto prowadzone corocznie badanie ankietowe w ramach monitoringu LSR, będzie zawierać pytania dotyczące efektywności, trafności, skuteczności, użyteczności i trwałości działań komunikacyjnych i środków przekazu wykorzystywanych przez LGD „RAZEM” co pozwoli na ocenę skuteczności prowadzonych działań.

OPIS SPOSOBU WYKORZYSTANIA W PROCESIE REALIZACJI LSR WNIOSKÓW/OPINII ZEBRANYCH PODCZAS DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH

Działania komunikacyjne, zawarte w planie komunikacji, mają na celu pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR. Dane zebrane w formie informacji zwrotnej w zakresie jakości i efektywności doradztwa pozwolą na dokonanie korekt w tym zakresie. Wnioski oraz opinie zebrane podczas działań informacyjnych posłużą do aktualizacji LSR, procedur oraz ewentualnej zmiany funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy biura. Wyniki ze realizowanych działań będą systematycznie upubliczniane na stronie internetowej LGD oraz na profilu portalu społecznościowego.

Termin (półrocze/rok)	Cel	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe i defaworyzowane)	Środki przekazy, które na pewno zostaną wykorzystane (sposób dotarcia do grup)	Planowane efekty	Wskaźniki	Budżet (zł)
I/2016 II/2017 I/2018 II/2019 I/2020	1 2 4 8 10	Spotkania informacyjno-promocyjne - nt. działalności LGD, głównych założeń LSR oraz możliwości pozyskiwania środków w ramach realizacji LSR, dobre praktyki	<p><i>Grupy docelowe:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Społeczność lokalna zamieszkująca obszar LGD; - Przedsiębiorcy; - Organizacje pozarządowe i inne podmioty nieformalne; - Jednostki Samorządu Terytorialnego i jednostki podległe; - Członkowie Rady LGD; - Instytucje zaangażowane bezpośrednio lub pośrednio w realizację Lokalnej Strategii Rozwoju; - Środki masowego przekazu; <p><i>Grupy defaworyzowane:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Osoby młode do 35 roku życia - Osoby starsze (50+) - Kobiety 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet (strony internetowe, profil na portalu społecznościowym); - Konferencje i spotkania informacyjne - e-maile - Materiały konferencyjne i szkoleniowe, w tym prezentacje - Materiały drukowane <p>Punkt konsultacyjny w siedzibie LGD oraz stoiska informacyjne na lokalnych imprezach.</p>	Poinformowanie osób o wdrażanej LSR i możliwości pozyskiwania środków, promocja przedsiębiorczości, innowacji, działań sprzyjających ochronie środowiska i klimatu.	Liczba działań – 14 Liczba uczestników – śr. 20 /1 spotkanie, szkolenie, konferencja, wyjazd	40 020,00
II/2016 II/2017 II/2018 II/2019 I/2020	2 3 5 8 10	Wsparcie merytoryczne i techniczne wnioskodawców w zakresie przygotowania i rozliczania wniosków	<p><i>Grupy docelowe:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Społeczność lokalna zamieszkująca obszar LGD; - Przedsiębiorcy; - Organizacje pozarządowe i inne podmioty nieformalne; - Jednostki Samorządu Terytorialnego i jednostki podległe; 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet (strony internetowe, profil na portalu społecznościowym); - e-maile, - Materiały szkoleniowe, w tym prezentacje; - Karty doradztwa. <p>-Punkt konsultacyjny w siedzibie LGD</p>	Podniesienie wiedzy potencjalnych wnioskodawców	Liczba zorganizowanych szkoleń – 10 Liczba uczestników – śr. 15 osób/1 szkolenie Liczba osób, które skorzystały z doradztwa - 114	2 500,00

			<ul style="list-style-type: none"> - Inne LGD, region, kraj; - Członkowie Rady LGD; - Instytucje zaangażowane bezpośrednio lub pośrednio w realizację Lokalnej Strategii Rozwoju; - Środki masowego przekazu; <p><i>Grupy defaworyzowane:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Osoby młode do 35 roku życia - Osoby starsze (50+) - Kobiety 				
II/2016 I/2017 II/2017 I/2018 I/2019 II/2019 I/2020	1 2 6 8	Ogłoszenie o naborze	<p><i>Grupy docelowe:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Społeczność lokalna zamieszkująca obszar LGD; - Przedsiębiorcy; - Organizacje pozarządowe i inne podmioty nieformalne; - Jednostki Samorządu Terytorialnego i jednostki podległe; - Członkowie Rady LGD; <p><i>Grupy defaworyzowane:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Osoby młode do 35 roku życia - Osoby starsze (50+) - Kobiety 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet (strony internetowe, profil na portalu społecznościowym); - Materiały drukowane - tablice informacyjne LGD oraz Urzędów Gmin - prasa lokalna 	Poinformowanie grupy potencjalnych beneficjentów z obszaru LGD o naborze	<ul style="list-style-type: none"> - Liczba ogłoszeń na stronach internetowych 77 - Liczba ogłoszeń na tablicach informacyjnych 2 800 	4 480,00
II/2018 II/2020 II/2022 II/2023	7 9 11 12	Prezentacja wyników przeprowadzonej ewaluacji	<p><i>Grupy docelowe:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Społeczność lokalna zamieszkująca obszar LGD; - Przedsiębiorcy; 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet (strona internetowa LGD) 	Poinformowanie lokalnej społeczności o efektach realizowanej LSR	Liczba opublikowanych raportów ewaluacyjnych - 4	0,00

	13		<ul style="list-style-type: none"> - Organizacje pozarządowe i inne podmioty nieformalne; - Jednostki Samorządu Terytorialnego i jednostki podległe; - Inne LGD, region, kraj; - Członkowie Rady LGD; - Instytucje zaangażowane bezpośrednio lub pośrednio w realizację Lokalnej Strategii Rozwoju; - Środki masowego przekazu; <p><i>Grupy defaworyzowane:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Osoby młode do 35 roku życia - Osoby starsze (50+) - Kobiety 				
II/2018 II/2023	1 2 8	Upowszechnienie informacji o realizowanych projektach w ramach LSR	<p><i>Grupy docelowe:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Społeczność lokalna zamieszkująca obszar LGD; - Przedsiębiorcy; - Organizacje pozarządowe i inne podmioty nieformalne; - Jednostki Samorządu Terytorialnego i jednostki podległe; - Inne LGD, region, kraj; - Członkowie Rady LGD; - Instytucje zaangażowane bezpośrednio lub pośrednio w realizację Lokalnej Strategii Rozwoju; 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet (strony internetowe, profil na portalu społecznościowym) - Prasa (artykuły, informacje prasowe,) - Materiały drukowane 	Przedstawienie efektów realizowanej LSR poprzez promocję i rozpowszechnianie dobrych praktyk	<p>Liczba wejść na stronę internetową i portal społecznościowy – 2000 rocznie</p> <p>Liczba artykułów/informacji prasowych 4</p>	15 800,00

			<ul style="list-style-type: none"> - Środki masowego przekazu; <i>Grupy defaworyzowane:</i> - Osoby młode do 35 roku życia - Osoby starsze (50+) - Kobiety 				
I/2016 I/2017 I/2018 I/2019 I/2020 I/2021 I/2022 I/2023	7 8 10 11	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD w zakresie jakości i efektywności pomocy świadczonej przez pracowników LGD podczas szkoleń, doradztwa oraz rozliczania projektów	<ul style="list-style-type: none"> <i>Grupy docelowe:</i> - Społeczność lokalna zamieszkująca obszar LGD; - Przedsiębiorcy; - Organizacje pozarządowe i inne podmioty nieformalne; - Jednostki Samorządu Terytorialnego i jednostki podległe; <i>Grupy defaworyzowane:</i> - Osoby młode do 35 roku życia - Osoby starsze (50+) - Kobiety 	- Ankieta on-line na stronie internetowej oraz w biurze LGD w tym ankieta dotycząca doradztwa	Poznanie opinii wnioskodawców oraz beneficjentów	- Liczba osób objętych ankietyzacją –200 rocznie	0,00
II/2018 II/2021	9 11 12	Kampania informacyjna nt. efektów realizowanej LSR oraz badanie wpływu realizacji LSR na poprawę jakości życia mieszkańców na obszarze LGD	<ul style="list-style-type: none"> <i>Grupy docelowe:</i> - Społeczność lokalna zamieszkująca obszar LGD; - Przedsiębiorcy; - Organizacje pozarządowe i inne podmioty nieformalne; - Jednostki Samorządu Terytorialnego i jednostki podległe; - Inne LGD, region, kraj; - Członkowie Rady LGD; 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet (strony internetowe, profil na portalu społecznościowym) - Prasa (artykuły, informacje prasowe, wkładka do gazety) - Materiały drukowane - prezentacje na konferencji 	Przedstawienie efektów realizowanej LSR	Liczba kampanii informacyjnych – 2	16 000,00

		<ul style="list-style-type: none">- Instytucje zaangażowane bezpośrednio lub pośrednio w realizację Lokalnej Strategii Rozwoju;- Środki masowego przekazu; <p><i>Grupy defaworyzowane:</i></p> <ul style="list-style-type: none">- Osoby młode do 35 roku życia- Osoby starsze (50+)- Kobiety				
--	--	--	--	--	--	--