

Plan komunikacji z lokalną społecznością w zakresie wdrażania LSR 2014-2020 LGD „Mazurskie Morze”

Plan komunikacji z lokalną społecznością na lata 2014-2020 (PK) to dokument określający reguły prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych przez Lokalną Grupę Działania „Mazurskie Morze” (LGD) w odniesieniu do środków pomocowych Unii Europejskiej, dostępnych w związku z realizacją Umowy Ramowej dotyczącej Lokalnej Strategii Rozwoju (LSR).

Prace nad projektem PK rozpoczęto w Biurze LGD. Do udziału nad opracowaniem zaproszono mieszkańców obszaru ze wszystkich sektorów partnerskich. Dokument był tworzony zastosowaniem zasady rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność, czyli oddolnie. W celu odzwierciedlenia oczekiwań mieszkańców obszaru zastosowano w trakcie prac nad PK szereg narzędzi partycypacyjnych. Zebrane uwagi poddane zostały analizie przez Zespół roboczy, który wskazał jakie uwagi i zmiany zostały uwzględnione, a jakie nie i dlaczego. Informacja taka przekazana została mieszkańcom obszaru oraz autorom zgłoszonych uwag. W tworzeniu dokumentu wykorzystano również doświadczenia z poprzedniego okresu programowania na lata 2007-2013, które zostały zawarte w dokumencie dotyczącym badania ewaluacyjnego wdrażanej poprzednio LSR i LSROR.

U podstaw PK leży przekonanie, że dobra komunikacja jest konieczna, aby sprawnie i dobrze zrealizować zadania wynikające z Umowy Ramowej dotyczącej LSR. Komunikacja pomaga w wykorzystaniu środków europejskich dla rozwoju obszaru działania LGD: wskazuje możliwości, wspiera realizację projektów, a także pokazuje ich efekty.

Działania komunikacyjne są sprofilowane zgodnie z potrzebami beneficjentów i potencjalnych beneficjentów. Naczelną zasadą komunikacji jest przekazywanie potencjalnym beneficjentom i beneficjentom w odpowiednim czasie, z odpowiednim wyprzedzeniem rzetelnej i wystarczającej informacji:

- potencjalni beneficjenci otrzymują pełną informację dającą dobre podstawy do podjęcia decyzji, co do udziału w konkursach, w tym informacje dotyczące kryteriów wyboru projektów oraz informacje o zobowiązaniach wynikających z podpisania umowy dotacyjnej;
- w trakcie realizacji projektu beneficjenci otrzymują kompleksową informację pozwalającą im na sprostanie wymaganiom realizacji projektu oraz informację na temat ewentualnych zmian, jeśli takie zmiany mają miejsce.

1. Główne cele działań komunikacyjnych wynikające z przeprowadzonej analizy potrzeb/problemów komunikacyjnych

1.1. Wyniki przeprowadzonej analizy

Podczas prowadzenia badania ewaluacyjnego uzyskano opinie mieszkańców w zakresie stosowanych dotychczas rozwiązań w zakresie komunikowania się LGD z mieszkańcami obszaru. Poproszono o opinie czy stosowane rozwiązania były skuteczne i odpowiednie. Również w ankiecie skierowanej do mieszkańców na etapie opracowywania analizy SWOT oraz określania celów LSR zawarto pytania dotyczące oczekiwanych przez mieszkańców metod i sposobów komunikacji w odniesieniu do realizacji LSR. Temat ten był również dyskutowany podczas otwartych spotkań konsultacyjno-informacyjnych organizowanych w I etapie prac nad LSR. Zebrano wówczas oczekiwania mieszkańców w zakresie informowania ich o działaniach związanych z realizacją LSR. W oparciu o zebrane w ten sposób informacje zespół roboczy przygotował wstępną propozycję zapisów planu komunikacyjnego, uwzględniając nowe uregulowania prawne dla okresu wdrażania 2014-2020. Projekt tych treści skonsultowany został następnie z mieszkańcami poprzez umieszczenie propozycji na stronie internetowej LGD, przesłanie pocztą e-mail do członków Stowarzyszenia i mieszkańców wg posiadanej bazy adresowej posiadanej przez LGD. Jednocześnie przygotowano formularz uwag, który mieszkańcy mogli wypełnić i zgłosić swoje propozycje, uwagi, sugestie do treści dokumentu. Zebrane uwagi poddane zostały analizie przez Zespół roboczy, który wskazał jakie uwagi i zmiany zostały uwzględnione, a jakie nie i dlaczego. Informacja taka przekazana została mieszkańcom obszaru oraz autorom zgłoszonych uwag. Mieszkańcy mieli możliwość zgłoszenia swoich uwag i propozycji. Na tym etapie konsultacje przeprowadzono również podczas paneli dyskusyjnych z sektorem rybackim i sektorem publicznym (władze samorządowe). Spotkania takie odbyły się w dniu 09.11.2015 r. Następnie zespół roboczy podczas panelu i warsztatu ewaluacyjnego dokonał przeanalizowania uwag i przygotował wersję treści w tym zakresie do umieszczenia w projekcie LSR, który został całościowo poddany kolejnym konsultacjom.

Z informacji przekazanych przez mieszkańców na etapie prac nad LSR wynika, że 89% mieszkańców jako główne źródło ich wiedzy o funduszach UE wskazuje internet. Natomiast na pytanie „Jaki sposób informowania uważają za najbardziej skuteczny?” mieszkańcy wybrali m.in. formy:

- za pomocą strony internetowej – 60,7%,

- na spotkaniach informacyjnych, szkoleniach – 53,6%,
- poprzez broszury, ulotki – 25%,
- za pomocą e-mail – 25%.

Dlatego w działaniach zapewniających udział społeczności we wdrażaniu LSR wykorzystywane będą różne formy komunikowania zróżnicowane w zależności od odbiorców.

Z analizy dokonanej na podstawie wniosków z badania ewaluacyjnego poprzednich strategii, oraz potrzeb zgłoszonych przez mieszkańców w trakcie opracowywania niniejszego dokumentu wynikają szczególne potrzeby komunikacyjne obejmujące m.in.:

- szczegółowe informacje o możliwym zakresie wsparcia i warunkach ubiegania się o nie powinny być przekazywane z odpowiednim wyprzedzeniem czasowym jeszcze przed ogłoszeniem konkursu,
- informacje w zakresie zasad realizacji i rozliczania operacji, które uzyskały wsparcie, powinny być przekazywane systematycznie przynajmniej raz w roku począwszy od rozstrzygnięcia pierwszego naboru operacji,
- wszystkie informacje dotyczące wdrażania LSR powinny być przekazywane w pierwszej kolejności z wykorzystaniem technik informacyjno-komunikacyjnych,
- przed planowanymi spotkaniami informacyjnymi lub szkoleniami materiały z zakresu tych spotkań powinny być wcześniej przedstawione mieszkańcom, w terminie umożliwiającym przygotowanie się do spotkania, oraz zgłoszenie pytań w taki sposób, żeby możliwe było przygotowanie odpowiedzi na te spotkania,
- młodzi mieszkańcy wnioskują o gromadzenie bazy e-mailowej osób, które zainteresowane są uzyskiwaniem bieżącej informacji i przesyłanie takich z wykorzystaniem tej poczty, proponuje się również utworzenie e-newslettera, który po dokonaniu subskrypcji informowałby o działaniach LGD związanych z wdrażaniem LSR,
- innym oczekiwaniem związanym z PK jest potrzeba wsparcia w zakresie nawiązywania współpracy pomiędzy mieszkańcami w celu realizacji wspólnych projektów.

1.2. Najważniejsze cele realizacji PK:

- a. Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z Funduszy Europejskich dostępnych w ramach budżetu LSR.
- b. Wspieranie beneficjentów w realizacji operacji.
- c. Zapewnienie mieszkańcom obszaru działania LGD informacji na temat operacji współfinansowanych z Funduszy Europejskich dostępnych w ramach budżetu LSR.
- d. Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie.
- e. Pomoc w znajdowaniu partnerów dla realizacji wspólnych operacji.

Główny komunikat: Fundusze Europejskie, w tym fundusze dostępne w związku z realizacją LSR, wspierają tych, którzy realizując dobre pomysły, zwiększają możliwości i poprawiają jakość życia mieszkańców obszaru działania LGD. W związku z tym we wszystkich działaniach komunikacyjnych skierowanych do mieszkańców przestrzegana będzie zasada odpowiedniego oznakowania komunikatu informująca o źródłach finansowania z funduszu PROW 2014-2020 oraz PO RYBY 2014-2020. Natomiast w celu zachowania odpowiedniej jakości przekazywanych komunikatów LGD podejmie starania, aby informacja była rzetelna, aktualna i zgodna z przepisami prawa.

Takie rozwiązanie nadaje komunikacji wspólne ramy i wprowadzi do niej porządek, co sprzyjać będzie skuteczniejszemu dotarciu z przekazem do szerokiego grona odbiorców. Zachowanie tej zasady tworzy przekaz tożsamy, jednorodny, łatwiej rozpoznawalny i łatwiej zapamiętywany. Służy budowaniu wizerunku marki Funduszy Europejskich, ale też Lokalnej Grupy Działania jako nośnika pewnych wartości i korzyści.

2. Działania komunikacyjne oraz odpowiadające im środki przekazu uwzględniające różnorodne rozwiązania komunikacyjne, których atrakcyjność i stopień innowacyjności dostosowane są do poszczególnych adresatów

Każda forma komunikacji powinna być dostosowana do poszczególnych grup docelowych i składać się z czterech etapów: zobacz, zainteresuj się, realizuj (w przypadku beneficjenta) lub korzystaj (w przypadku uczestnika projektu), poleć.

2.1. Działania komunikacyjne i środki przekazu

W ramach zapewnienia szerokiego, wielokanałowego i użytecznego dostępu do informacji i pomocy spełnione muszą być pewne zasady realizacji komunikacji szczególnie w zakresie dostępu do informacji, która będzie pomocna potencjalnym beneficjentom i beneficjentom.

Informacja skierowana do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów jest dostępna non-stop, czyli istnieją kanały i narzędzia komunikacji umożliwiające dotarcie do informacji o każdej porze. Takim rozwiązaniem jest strona internetowa LGD: www.lgd.mazurskiemorze.pl

System dostępu do informacji jest zdywersyfikowany tak, by zapewnić możliwość dotarcia do informacji na wiele sposobów zarówno pod względem formy, treści jak i zasięgu. Dzięki temu informacja dociera w sposób wielokanałowy. Przykładami takiej różnorodności kanałów dotarcia są:

- 1) strona internetowa LGD: www.lgd.mazurskiemorze.pl,
- 2) możliwość kontaktu z pracownikiem Biura LGD,
- 3) wszelkie materiały informacyjne i promocyjne, ulotki, broszury, instrukcje,
- 4) organizowanie konferencji i szkoleń, które pozwala dotrzeć do ściśle wyselekcjonowanej grupy potencjalnych beneficjentów,
- 5) przekazywanie informacji pocztą elektroniczną.

Informacja wielopoziomowa oznacza, że jest ona uporządkowana według stopnia zaawansowania potencjalnego beneficjenta/beneficjenta w procesie ubiegania się o współfinansowanie i realizacji projektu. Na różnych etapach tego procesu występują różne potrzeby informacyjne. Dotarcie do informacji potrzebnej na każdym etapie jest maksymalnie ułatwione.

Budowanie komunikatów, ich zaawansowanie treści, informacje, powinny być dostosowane do możliwości zrozumienia treści przez adresata. Na poziomie budzenia zainteresowania, czyli w komunikacji z potencjalnym beneficjentem, komunikaty muszą być formułowane w sposób przejrzysty, zrozumiały, bez nadmiernie często występującego żargonu urzędniczego. Informacja powinna być podawana w sposób niemal spersonalizowany, czyli uwzględniający język korzyści specyficzny dla danej grupy docelowej. Należy uwzględnić konieczność budzenia motywacji do zainteresowania i skorzystania ze środków dostępnych w ramach realizacji LSR. W informacji i komunikatach powinny przeważać korzyści, obietnice zmian, a nadchodzące zmiany powinny być definiowane w pierwszej kolejności jako te, które bezpośrednio dotyczą zainteresowanego.

W przypadku beneficjentów, ważniejszym wsparciem będą konkretne informacje dotyczące realizowanego projektu. Na tym poziomie mówimy o silnie spersonalizowanym przekazie informacji, o relacji opiekun (pracownik Biura LGD) – beneficjent. Należy pamiętać, że dla tej grupy powinny równocześnie powstawać komunikaty motywujące do promocji idei, do reprezentowania FE. Beneficjenci powinni być szkoleni/instruowani w zakresie sposobu budowania komunikatów dedykowanych grupie potencjalnych beneficjentów, ale również uczestników projektu. Użyteczność informacji udostępnianych beneficjentowi wynika z uwzględnienia przy jej opracowaniu perspektywy beneficjenta, jego potrzeb i oczekiwań. Podstawowym kryterium użyteczności informacji jest jej sformułowanie klarownym i zrozumiałym językiem oraz utrzymanie komunikacji w możliwie najbardziej zwartej formule.

Środki przekazu pozwalają na realizację komunikacji z poszczególnymi grupami docelowymi. Poniższe zestawienie przedstawia środki przekazu, jakie będą wykorzystane na każdym etapie komunikacji w zależności od zakładanych potrzeb określonych segmentów grup docelowych.

Dotarcie bezpośrednie (obejmuje sposoby komunikacji z docelowymi odbiorcami bez pośrednictwa zewnętrznych mediów).

- Imprezy i wydarzenia promocyjne;
- strona internetowa LGD: www.lgd.mazurskiemorze.pl;
- Konkursy promocyjne;
- Infolinia dla potencjalnych beneficjentów (telefoniczny kontakt z pracownikami Biura LGD);
- Poczta elektroniczna, e-newsletter,
- Konferencje, szkolenia, warsztaty, wizyty studyjne;
- Drukowane lub elektroniczne materiały informacyjne, przewodniki, ulotki i instrukcje;
- Ogłoszenia na tablicach urzędowych w urzędach oraz stronach internetowych urzędów;
- Ankiety.

Dotarcie pośrednie (obejmuje sposoby komunikacji z docelowymi odbiorcami za pomocą zewnętrznych mediów):

- Kampanie reklamowe i informacyjne w mediach lokalnych (artykuły w prasie i serwisach internetowych, audycje radiowe);
- Informacje w mediach społecznościowych;
- Mailingi;
- Biuletyn informacyjny;
- Reklama szeptana.

LGD będzie wykorzystywała wszelkiego rodzaju spotkania, w których uczestniczyć będą pracownicy Biura LGD do informowania, w zależności od aktualnej potrzeby, o aktualnych konkursach o dofinansowanie operacji, planowanych działaniach, ważnych z punktu widzenia uczestników poszczególnych spotkań.

2.3. Działania komunikacyjne skierowane do grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy

W stosunku do grup wykluczonych, defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy zamierza się zastosować następujące działania komunikacyjne:

- informacja na stronie www,
- spotkania w siedzibach Powiatowych Urzędów Pracy,
- zapraszanie przedstawicieli samorządu uczniowskiego szkół ponadgimnazjalnych, oraz młodzieżowych organizacji pozarządowych na spotkania i szkolenia,
- udział w targach pracy na obszarze LGD,
- doradztwo indywidualne pracownika Biura LGD,
- poczta elektroniczna, e-newsletter.

2.4. Komunikacja z osobami z różnymi niepełnosprawnościami

Podstawowym wymogiem komunikacji jest zapewnienie równego dostępu do informacji na temat LSR. Należy dążyć do tego, aby skuteczność komunikacji z osobami z różnymi niepełnosprawnościami była taka sama, jak w przypadku komunikacji z pozostałymi grupami. Wypełnienie tych wymogów wiąże się z zastosowaniem w komunikacji z osobami z niepełnosprawnościami następujących zasad:

1. Przewidywanie potrzeb osób z różnymi niepełnosprawnościami i uwzględnianie ich na etapie planowania danego działania informacyjnego, promocyjnego lub edukacyjnego;
2. Uzupełnienie standardowego sposobu komunikacji o dodatkowe środki, które pomogą osobom z różnymi niepełnosprawnościami w odbiorze komunikatu;
3. Dopasowanie zastosowanych środków oraz kontekstu komunikacji do różnych rodzajów niepełnosprawności.

Powyższe wymogi mają swoje bezpośrednie źródło i podstawę w Konwencji o prawach osób niepełnosprawnych Narodów Zjednoczonych, w szczególności w artykule 9, w zakresie dostępności informacji i komunikacji oraz artykule 21 w zakresie wolności wypowiedzania się i wyrażania opinii oraz dostępu do informacji.

Przykłady konkretnych rozwiązań w komunikacji z osobami niepełnosprawnymi:

1. Indywidualne konsultacje u klienta, polegające na tym, że po wcześniejszym zaplanowaniu, specjaliści z Biura LGD świadczyć będą usługi informacyjne u klienta; zakres usług będzie taki sam jak dla konsultacji w Biurze LGD;
2. Przedstawiciele środowisk i organizacji pozarządowych z obszaru działania LGD funkcjonujących na rynku osób z różnymi niepełnosprawnościami będą zapraszani na organizowane konferencje i szkolenia;
3. Adresy mailowe do przedstawicieli środowisk i organizacji pozarządowych z obszaru działania LGD funkcjonujących na rynku osób z różnymi niepełnosprawnościami zostaną dołączone do bazy danych promocji mailingowych.

Przy realizacji PK będą przestrzegane Wytyczne Ministra Infrastruktury i Rozwoju w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014-2020.

3. Wskazanie głównych adresatów poszczególnych działań komunikacyjnych, tj. grup docelowych

Odbiorcą komunikacji o LSR jest każdy mieszkaniec obszaru działania LGD. To nie oznacza jednakowej komunikacji do wszystkich odbiorców. Ich zróżnicowane potrzeby informacyjne narzucają konieczność prowadzenia zróżnicowanej komunikacji.

Podstawowym kryterium podziału docelowych odbiorców jest poziom ich zaangażowania w proces zmian rozwojowych na obszarze działania LGD. W oczywisty sposób osoby i organizacje silniej zaangażowane w ten proces mają bardziej rozwinięte potrzeby informacyjne od podmiotów bezpośrednio w ten proces niezaangażowanych.

Odbiorcy komunikacji zostali podzieleni na trzy segmenty z punktu widzenia ich zaangażowania w proces zmian rozumiany jako wynik współdziałania liderów oraz FE. Zmiany są efektem projektów realizowanych przez liderów.:

• **beneficjenci (faktyczni i potencjalni)** to segment bezpośrednio zaangażowany we wprowadzanie zmian, osoby i organizacje ubiegające się lub mogące się ubiegać o współfinansowanie operacji – są to liderzy zmian.

Potrzeby komunikacyjne dotyczyć będą kwestii ściśle merytorycznych związanych bezpośrednio z realizowaną operacją. Należy pamiętać, że jest to grupa, którą należy motywować do promowania własnej operacji i FE, do dzielenia się swoimi pozytywnymi doświadczeniami z reprezentantami pozostałych grup.

Potencjalni beneficjenci wymagają motywacji do podjęcia konkretnych działań. Aktywnie poszukują rozwiązań. Komunikat powinien być dostosowany do potrzeb/oczekiwań potencjalnego beneficjenta. Powinien wskazywać nowe możliwości stwarzane przez FE, dać szansę i przekonać o korzyściach wynikających z podjęcia „wysiłku” w ubieganiu się o FE.

Do grupy tej zaliczyć można:

- jednostki samorządu terytorialnego, ich związki, porozumienia i stowarzyszenia,
- jednostki organizacyjne jednostek samorządu terytorialnego,
- organizacje pozarządowe,
- jednostki naukowe oraz badawczo-rozwojowe,
- instytucje oświatowe,
- instytucje kultury,
- przedsiębiorstwa,
- instytucje otoczenia biznesu,
- instytucje ochrony zdrowia,
- kościoły i związki wyznaniowe oraz osoby prawne kościołów i związków wyznaniowych,
- spółdzielnie mieszkaniowe,
- organizacje rolników,
- sołtysi.

LGD udostępni beneficjentom informacje ważne dla nich z punktu widzenia realizacji projektów. Przede wszystkim LGD zapewni niezbędne dokumenty określające warunki uzyskania wsparcia. Wszelkie informacje o konkursach będą zamieszczone na stronie internetowej LGD. W miarę zapotrzebowania będą organizowane dla beneficjentów szkolenia specjalistyczne gwarantujące prawidłową realizację projektów. Na każdym etapie realizacji projektów beneficjenci będą mieli możliwość konsultacji z pracownikiem Biura LGD.

Równocześnie odbiorcami komunikacji są:

• **uczestnicy operacji (faktyczni i potencjalni)** to osoby aktywnie uczestniczące w operacjach, wśród których szczególne znaczenie mają członkowie grup społecznych stojących przed wyzwaniem/problemami mogącymi ograniczać ich udział w życiu społecznym i gospodarczym; osoby te mogą skorzystać lub korzystają z efektów operacji realizowanych przez liderów zmian.

Komunikaty do faktycznych i potencjalnych uczestników projektów powinny obudzić w nich zainteresowanie możliwościami zmian dzięki środkom przewidzianym w LSR oraz przekonać o ich dostępności. Komunikaty powinny wskazywać szanse jakie niesie wsparcie środków przewidzianych w LSR i zawierać przykłady efektywnych rozwiązań zarówno na poziomie organizacji jak i członków określonych społeczności.

Przy budowaniu komunikatów należy pamiętać o ich personalizacji, powinny zawierać informacje dotyczące rzeczywistej potrzeby potencjalnego uczestnika operacji. Uczestnicy operacji, to członkowie różnych społeczności, którzy dzięki korzystaniu z operacji realizowanej przez beneficjenta/lidera zmian już uczestniczą w jego realizacji i korzystają z jego efektów. Grupa ta, oczekuje również wsparcia merytorycznego w rozwiązywaniu bieżących problemów, najczęściej dotyczących ich samych, ich sytuacji społecznej lub zawodowej. Istotnym oczekiwaniem członków grupy jest chęć wykorzystania ich wiedzy i zdobytych doświadczeń, po realizacji operacji. Komunikaty powinny zawierać wskazania dotyczące np. szans rynkowych, jakie przed nimi stoją dzięki zrealizowanej operacji, której uczestnikami byli lub są.

Do grupy tej zaliczyć można:

- uczestnikami operacji w różnym stopniu są pracownicy wszystkich instytucji, organizacji i przedsiębiorstw wymienionych w segmencie dot. beneficjentów,
- dzieci i młodzież oraz osoby wychowujące małe dzieci lub dzieci niepełnosprawne,
- osoby zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym,
- osoby bezrobotne i zagrożone bezrobociem,
- osoby powyżej 50. roku życia i osoby o niskich kwalifikacjach,
- osoby zależne, w tym starsze i niepełnosprawne,
- osoby oraz instytucje sprawujące opiekę nad dziećmi do lat 3,
- przedszkola i szkoły prowadzące kształcenie ogólne i zawodowe, ich uczniowie,
- wychowankowie, słuchacze i nauczyciele.
- osoby, które utraciły pracę w sektorze rybackim, osoby dotknięte niepełnosprawnością z powodu pracy w sektorze rybackim.

• **odbiorcy rezultatów** rozumiani jako wszyscy mieszkańcy obszaru działania LGD), a także turyści i inwestorzy jako osoby korzystające bezpośrednio i pośrednio z efektów operacji zrealizowanych z udziałem środków przewidzianych w LSR.

Mieszkańcy obszaru działania LGD są głównie odbiorcami informacji o operacjach, które zostały lub są realizowane. Odbiorcom rezultatów w komunikatach należy uświadomić, że są „konsumentami” efektów pracy beneficjentów, przez upowszechnianie informacji o korzyściach jakie, dla nich z tego tytułu wynikają.

Do szeroko rozumianej opinii publicznej (mieszkańców obszaru działania LGD) kierujemy przede wszystkim komunikaty kształtujące obraz korzyści wynikających z efektywnego wykorzystania środków przewidzianych w LSR, ale również tworzymy ogólne zainteresowanie społeczeństwa szansą, jaką jest wykorzystanie wsparcia FE. Wynika to z faktu, że w sytuacji, w której społeczeństwo rozumie zachodzące zmiany i dostrzega wynikające ze zmian korzyści, chętniej je wspiera, chociażby powszechną akceptacją, czyli pozytywną opinią publiczną.

Do grupy tej zaliczyć można przedstawicieli wcześniej wymienionych grup docelowych programu oraz szeroko rozumiane społeczeństwo (mieszkańców obszaru działania LGD). Nie są to grupy rozłączne. Jedna osoba może być liderem zmian w jednej dziedzinie, w innej uczestniczyć w projektach. Równocześnie wszyscy należymy do szeroko pojmowanej opinii publicznej.

Komunikacja obejmuje wszystkie trzy segmenty. Liderzy zmian są grupą priorytetową z punktu widzenia realizacji LSR.

Udział społeczności lokalnych i wyodrębnionych z niej poszczególnych grup adresatów-interesariuszy w procesie komunikacji będzie możliwie szeroki i co do zasady otwarty.

4. Zakładane wskaźniki w oparciu o planowany budżet działań komunikacyjnych (finansowanych w ramach poddziałania Koszty bieżące i aktywizacji)

Każdemu z celów komunikacyjnych przypisano wskaźniki, których osiągnięcie będzie stanowiło podstawę do oceny stopnia realizacji danego celu. Wskaźniki dobrano w taki sposób, aby pokazywały postęp w realizacji celów PK.

Realizacja celów nie jest zależna wyłącznie od działań komunikacyjnych, a stanowi wypadkową także innych elementów wdrażania Funduszy Europejskich.

Tabela prezentuje powiązanie wskaźników z celami oraz zawiera informację na temat sposobu ich pomiaru.

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Instytucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z Funduszy Europejskich dostępnych w ramach budżetu LSR.	Liczba odwiedzin strony internetowej LGD	Do wartości wskaźnika wliczana jest liczba odwiedzin strony internetowej LGD. Odwiedziny są rozumiane jako grupa interakcji zachodzących w witrynie w danym przedziale czasowym. Odwiedziny mogą obejmować wiele odsłon stron, zdarzeń i mogą trwać od sekundy do 24 godzin. Pojedynczy użytkownik może zainicjować wiele odwiedzin. Na potrzeby monitoringu odwiedzalność strony internetowej powinna odnosić się do wszystkich zakładek/podzakładek/stron, a nie do całości strony.	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	co 6 miesięcy	Biuro LGD	0	5000
	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu (obszar działania LGD) nt. możliwości finansowania	Liczba zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu (obszar działania LGD) nt. możliwości finansowania ze środków wskazanych w LSR, wykorzystujących minimum 3 środki przekazu.	Sztuka	Produktu	System monitorowania	Corocznie	Biuro LGD	0	48

	Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów	Obliczając wartość wskaźnika należy zsumować wszystkich uczestników wszystkich form szkoleniowych dla potencjalnych beneficjentów (tj. szkoleń, warsztatów, wyjazdów studyjnych itp.). Dana osoba powinna zostać policzona tyle razy, w ilu szkoleniach wzięła udział.	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	Biuro LGD	0	960
	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego	Liczba konsultacji udzielonych w Biurze LGD, z wyłączeniem spotkań informacyjnych i szkoleń. Jako konsultacja rozumiane jest zasięgnięcie informacji u pracownika Biura LGD w zakresie: możliwości uzyskania wsparcia ze środków przewidzianych w LSR.	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	Biuro LGD	0	120
Wspieranie beneficjentów w realizacji operacji.	Liczba udzielonych konsultacji w Biurze LGD dot. realizacji operacji.	Liczba konsultacji udzielonych w Biurze LGD, z wyłączeniem spotkań informacyjnych i szkoleń. Jako konsultacja rozumiane jest zasięgnięcie informacji u pracownika Biura LGD w zakresie zagadnień związanych z realizacją operacji dofinansowanych ze środków wskazanych w LSR.	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	Biuro LGD	0	25

	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów.	Obliczając wartość wskaźnika należy zsumować wszystkich uczestników form wszystkich szkoleniowych dla beneficjentów (tj. szkoleń, warsztatów, wyjazdów studyjnych itp.) Dana osoba powinna zostać policzona tyle razy, w ilu szkoleniach wzięła udział.	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	Biuro LGD	0	50
Zapewnienie mieszkańcom obszaru działania LGD informacji na temat operacji współfinansowanych z Funduszy Europejskich dostępnych w ramach budżetu LSR.	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu (obszar działania LGD) nt. osiągnięć związanych z wdrażaniem LSR.	Liczba zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu (obszar działania LGD) nt. osiągnięć związanych z wdrażaniem LSR, wykorzystujących minimum 3 środki przekazu.	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	Biuro LGD	0	2
Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie.	Liczba działań mających na celu uzyskanie informacji na temat oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD.	Liczba zrealizowanych działań polegających na zebraniu informacji (każdorazowo od co najmniej 40 osób/podmiotów) na temat oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD.	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	Biuro LGD	0	4

Ramowy harmonogram realizacji poszczególnych działań komunikacyjnych

Działanie	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Informowanie opinii publicznej o Programach dostępnych w ramach LSR.										
Aktywizacja społeczeństwa w ubieganiu się o wsparcie z FE w ramach LSR. Przekazywanie potencjalnym beneficjentom i beneficjentom szczegółowych informacji dotyczących warunków i zasad udzielania pomocy.										
Wsparcie beneficjentów w realizacji projektów.										
Informacja na temat projektów współfinansowanych z FE w ramach LSR.										
Prezentowanie efektów wdrażania LSR i LSROR okresu 2007-2013.										
Prezentowanie efektów wdrażania LSR okresu 2014-2020.										
Komunikacja wewnętrzna.										
Monitoring i ocena.										

5. Planowane efekty działań komunikacyjnych

Planowanym do osiągnięcia efektem (rezultatem) działań komunikacyjnych jest taka liczba złożonych (i zrealizowanych) wniosków o dofinansowanie działań, która wyczerpie budżet LSR na ten cel.

6. Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu

Monitoring działań polega na systematycznym gromadzeniu i analizie danych mających na celu weryfikację i ewentualną modyfikację kierunków prowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych. Monitoring działań jest realizowany poprzez system wybranych wskaźników mających na celu ukazanie efektów prowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych.

Działania komunikacyjne (informacyjne i promocyjne) realizowane przez LGD będą na bieżąco oceniane pod kątem jakości, użyteczności i efektywności. Informacje uzyskane w wyniku przeprowadzonej oceny są podstawą do modyfikacji i ewentualnej korekty kierunków prowadzonych działań oraz prowadzą do zminimalizowania ryzyka powtarzania błędów i powtórnej realizacji nietrafionych działań.

Działania prowadzone przez LGD będą oceniane m.in. przy pomocy następujących narzędzi:

- ankieta ewaluacyjna (szkolenia, spotkania), monitorowanie liczby poprawnie i błędnie złożonych wniosków o dofinansowanie, komentarze i udostępnienia w mediach społecznościowych, liczba nowych odbiorców newslettera.

W przypadku, gdy efekt (rezultat) działań komunikacyjnych będzie niezadowalający, w sposób szczególny, gdy przeprowadzone działania komunikacyjne nie przełożą się na oczekiwany wzrost liczby wnioskodawców, LGD skoryguje PK. Będzie to zrobione w taki sposób, aby zapewnić ich skuteczność i efektywność, a tym samym osiągnąć cele zakładane w PK.

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

W planie komunikacji przewidziane są działania mające na celu pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR. Dane będą zbierane w formie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy). Dodatkowe informacje zbierane będą podczas działań informacyjnych o zasadach i efektach LSR skierowane do potencjalnych wnioskodawców oraz mieszkańców. Pozyskane w ten sposób informacje zostaną wykorzystane do aktualizacji LSR, procedur oraz ewentualnej zmiany funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy biura. W sytuacji zaistnienia istotnych problemów z wdrażaniem LSR, a także potencjalnego pojawienia się sytuacji niesatysfakcjonującej akceptacji społecznej (np. metod wdrażania LSR albo konkretnych działań podejmowanych przez LGD lub konieczności

przeprowadzenia „rewizji” pewnych zamierzeń i planów LGD, których realizacja będzie dawała szansę na przywrócenie społecznego poparcia) wdrożone zostaną środki zaradcze adekwatne do problemu. Działania te będą wypracowane wspólnie przez organy LGD. Rekomendacje działań zostaną upublicznione do konsultacji na stronie internetowej LGD oraz, w zależności od potrzeby, na stronach internetowych gmin wchodzących w skład LGD.

Wyniki działań w ramach PK będą upubliczniane za pomocą internetowych środków przekazu na stronie internetowej LGD. Wykorzystane one będą na dalszych etapach realizacji LSR. Wyniki będą analizowane przez Zarząd LGD. Propozycję rozwiązań Zarząd zamieści na stronie internetowej LGD do konsultacji oraz przedyskutuje na Walnym Zgromadzeniu.

8. Całkowity budżet przewidziany na działania komunikacyjne w okresie realizacji LSR.

Rodzaj kosztu	Koszt całkowity w okresie wdrażania LSR
Administrowanie stroną www i zamieszczanie informacji	43 600,00zł
Catering na spotkaniach informacyjnych, szkoleniach, warsztatach, wyjazdach studyjnych	19 200,00zł
Konsultacje indywidualne w Biurze LGD na etapie informowania o możliwości dofinansowania i pracy nad wnioskiem	18 000,00zł
Publikacje prasowe	12 000,00zł
Konsultacje indywidualne w Biurze LGD na etapie informowania o zasadach realizacji operacji, osiągnięcia wskaźników i rozliczenia projektu	18 000,00zł
Koszty przeprowadzenia ewaluacji końcowej zewnętrznej z udziałem mieszkańców i opublikowania wyników z informacją o wybranych zrealizowanych operacjach	34 000,00zł
R A Z E M:	144 800,00zł