***Załącznik nr 5 Plan komunikacji***

***Planowane działania komunikacyjne i ich kanały przekazu***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Termin** | **Cel komunikacji** | **Nazwa działania komunikacyjnego** | **Adresaci działania komunikacyjnego** | **Środki przekazu** |
| II połowa2016 r. | Informacja i promocja LSR, jej cele, zasady przyznawania wsparcia, działania i projekty, które będą miały szanse dofinansowania z budżetu LSR oraz przekazanie beneficjentom informacji na temat naboru wniosków o przyznanie pomocy | Kampania informacyjna nt głównych założeń LSR na lata 2014-2020 | organizacje pozarządowe, grupy de faworyzowane, rolnicy, jst, przedsiębiorcy, mieszkańcy obszaru |  Informacje na stronach www LGD i Gmin, facebook, artykuły w lokalnej prasie, spotkania, ogłoszenia w gminach i GOK /MOK |
| I połowa2017 r. | Przekazanie potencjalnym beneficjentom informacji na temat naboru wniosków o przyznanie pomocy | Spotkania na temat zasad ubiegania się o przyznanie pomocy | organizacje pozarządowe, grupy de faworyzowane, rolnicy, jst, przedsiębiorcy, mieszkańcy obszaru | plakaty, informacja na stronach www Gmin i LGD, w celu dotarcia do grup de faworyzowanych informacja na tablicach ogłoszeń w GOPS/MOPS |
| II połowa 2017 r. | Szkolenia z zakresu wypełniania wniosków o przyznanie pomocy | Szkolenia dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególnedziałania | pozarządowe, grupy de faworyzowane, rolnicy, jst, przedsiębiorcy, mieszkańcy obszaru | prezentacje, materiały informacyjne, |
| Informacja o terminach naboru wniosków o przyznanie pomocy | Kampania informacyjna | Wszyscy potencjalni wnioskodawcy w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jst, grupy de faworyzowane, mieszkańcy obszaru | artykuł w prasie lokalnej, strony internetowe LGD i Gmin, facebook, |
| Spotkania informacyjno-promocyjne LGD | Kampania informacyjna nt. możliwości ubiegania się o wsparcie | Organizacje pozarządowe, grupy de faworyzowane, rolnicy, jst, przedsiębiorcy, mieszkańcy obszaru | stoiska promocyjne,spotkania bezpośrednie, ulotki, foldery |
| I połowa2018 r. | Poinformowanie o tematyce i terminach szkoleń realizowanych w ramach PROW 2014-2020 | Kampania informacyjna | Osoby ze zdefiniowanych grup defaworyzowanych;Wnioskodawcy; zainteresowani tworzeniem mikroprzedsiębiorstw lub rozwojem działalności gospodarczej; organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru | - strony internetowe LGD i Gmin,- facebook,- ogłoszenia w urzędach i GOK/MOK |
| Szkolenia z zakresu wypełniania wniosków o przyznanie pomocy | Szkolenia dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególnedziałania | organizacje pozarządowe, grupy de faworyzowane, rolnicy, jst, przedsiębiorcy, mieszkańcy obszaru | - prezentacje,- materiały informacyjne, |
| Informacja o terminach naboru wniosków o przyznanie pomocy | Kampania informacyjna | przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jst, grupy de faworyzowane, mieszkańcy obszaru | - artykuł w prasie lokalnej,- strony internetowe LGD i Gmin,- facebook, |
| II połowa 2018 r. | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem przeprowadzenie ewentualnych korekt | Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy | Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji | Ankieta elektroniczna skierowana do wnioskodawców |
| Informacja o terminach naboru wniosków o przyznanie pomocy | Kampania informacyjna | potencjalni wnioskodawcy w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jst, grupy de faworyzowane, mieszkańcy obszaru | - artykuł w prasie lokalnej,- strony internetowe LGD i Gmin,- facebook, |
| I połowa 2019 r. | Informacja o terminach naboru wniosków o przyznanie pomocy | Kampania informacyjna | potencjalni wnioskodawcy w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jst, grupy de faworyzowane, mieszkańcy obszaru | - artykuł w prasie lokalnej,- strony internetowe LGD i Gmin,- facebook, |
| Szkolenia z zakresu wypełniania wniosków o przyznanie pomocy | Szkolenia dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne działania | organizacje pozarządowe, grupy de faworyzowane, rolnicy, jst, przedsiębiorcy, mieszkańcy obszaru | - prezentacje,- materiały informacyjne, |
| II połowa 2019 r. | Spotkania informacyjno-promocyjne LGD | Kampania informacyjna nt. możliwości ubiegania się o wsparcie | : organizacje pozarządowe, grupy de faworyzowane, rolnicy, jst, przedsiębiorcy, mieszkańcy obszaru | - stoiska promocyjne,- spotkania bezpośrednie,-ulotki,- foldery |
| Informacja o terminach naboru wniosków o przyznanie pomocy | Kampania informacyjna | potencjalni wnioskodawcy w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jst, grupy de faworyzowane, mieszkańcy obszaru | - artykuł w prasie lokalnej,- strony internetowe LGD i Gmin,- facebook, |
| Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem przeprowadzenie ewentualnych korekt | Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy | Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji | Ankieta elektroniczna skierowana do wnioskodawców |
| I połowa 2020 r. | Informacja o terminach naboru wniosków o przyznanie pomocy | Kampania informacyjna | potencjalni wnioskodawcy w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jst, grupy de faworyzowane, mieszkańcy obszaru | - artykuł w prasie lokalnej,- strony internetowe LGD i Gmin,- facebook, |
| Szkolenia z zakresu wypełniania wniosków o przyznanie pomocy | Szkolenia dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne działania | organizacje pozarządowe, grupy de faworyzowane, rolnicy, jst, przedsiębiorcy, mieszkańcy obszaru | - prezentacje,- materiały informacyjne, |
| II połowa 2020 r. | Spotkania informacyjno-promocyjne LGD | Kampania informacyjna nt. możliwości ubiegania się o wsparcie | organizacje pozarządowe, grupy de faworyzowane, rolnicy, jst, przedsiębiorcy, mieszkańcy obszaru | - spotkanie on-line |
| Informacja o terminach naboru wniosków o przyznanie pomocy | Kampania informacyjna | potencjalni wnioskodawcy w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jst, grupy de faworyzowane, mieszkańcy obszaru | - artykuł w prasie lokalnej,- strony internetowe LGD i Gmin,- facebook, |
| Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem przeprowadzenie ewentualnych korekt | Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy | Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji | Ankieta elektroniczna skierowana do wnioskodawców |
| I połowa 2021 r. | Informacja na temat operacji współfinansowanych z budżetu LSR.  | Kampania informacyjna | Mieszkańcy obszaru | - strona internetowa LGD,- facebook, |
| II połowa2021 r. | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD. | Badanie opinii wnioskodawców na temat wsparcia oferowanego przez LGD. | Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach tematycznych | - strona internetowa LGD,- facebook, |
| I połowa 2022 r. | Informacja o terminach naboru wniosków o przyznanie pomocy | Kampania informacyjna | potencjalni wnioskodawcy: przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jst, grupy de faworyzowane, mieszkańcy obszaru | Informacje na stronach www LGD i Gmin, facebook, plakaty informacyjne |
| Spotkanie informacyjne | Spotkanie informacyjne na dotyczące zasad ubiegania się o dofinansowanie i wypełnianie dokumentacji konkursowej.  | organizacje pozarządowe, grupy de faworyzowane, rolnicy, jst, przedsiębiorcy, mieszkańcy obszaru | - spotkanie on-line,- prezentacje,- materiały informacyjne, |
|  Przekazywanie potencjalnym beneficjentom szczegółowych informacji dotyczących warunków i zasad udzielania pomocy.  | Działania informacyjne | Mieszkańcy obszaru | - strona internetowa LGD,- facebook, |
| II połowa 2022 r. | Informacja o terminach naboru wniosków o przyznanie pomocy | Działania informacyjne | potencjalni wnioskodawcy w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jst, grupy de faworyzowane, mieszkańcy obszaru | - plakaty informacyjne,- strony internetowe LGD i Gmin,- facebook, |
| Szkolenia z zakresu wypełniania wniosków o przyznanie pomocy | Szkolenia dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne działania | organizacje pozarządowe, grupy de faworyzowane, rolnicy, jst, przedsiębiorcy, mieszkańcy obszaru | - spotkanie on-line- prezentacje,- materiały informacyjne, |
| Uzyskanie informacji nt. jakości pomocy świadczonej przez LGD. | Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy | Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji | Ankieta elektroniczna skierowana do wnioskodawców |
| I połowa 2023 r. | Informacja na temat operacji współfinansowanych z budżetu LSR.  | Kampania informacyjna | Mieszkańcy obszaru | - strona internetowa LGD,- facebook, |
| II połowa 2023 r. | Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD | Badanie opinii wnioskodawców na temat wsparcia oferowanego przez LGD. | Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach tematycznych | - strona internetowa LGD,- facebook, |

***Opis sposobu wykorzystania w procesie realizacji LSR wniosków i opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych***

Lokalna Grupa Działania „Barcja” będzie podejmowała następujące działania
z zakresu pozyskania informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR:

1. Prowadzenie konsultacji społecznych, warsztatów oraz doradztwa
2. Prowadzenie badań społecznych z zastosowaniem kwestionariuszy ankietowych, wywiadów IDI/FGI, w tym ankiet oceniających wybrane przedsięwzięcia funkcjonowania LGD
i realizacji LSR (w tym podczas spotkań informacyjnych o zasadach realizacji LSR)
3. Możliwość kontaktu z pracownikami LGD bezpośrednio, telefonicznie, Internetowo
4. Organizację i uczestnictwo w imprezach wraz z punktem informacji LGD
5. Prowadzenie ankiet internetowych
6. Prowadzenie monitoringu oraz ewaluacji zgodnie z opisanym w Rozdziale XII schematem.

Pozyskiwane w ten sposób informacje będą poddawane analizie przez pracowników biura, Zarząd, Komisję Rewizyjną, a w określonych przypadkach (np. kiedy ocenie będą poddawane organy LGD i/lub pracownicy biura) ekspertów zewnętrznych, którzy będą przedstawiali wnioski wskazujące konieczność wprowadzenia zmian, aktualizacji. W przypadku wykrycia sytuacji problemowej lub niesatysfakcjonującej akceptacji społecznej któregoś z wymiarów działania LGD i/lub wdrażania LSR, Komisja Rewizyjna LGD po zapoznaniu się z przedstawioną analizą przygotowaną przez odpowiedni podmiot (pracowników lub ekspertów zewnętrznych) lub mieszkańców, jeśli będą miały miejsce skargi bezpośrednie, będzie podejmował kroki naprawcze zgodnie ze schematem zarządzania sytuacją kryzysową: a) Rozpoznanie problemu b) Rozpoznanie przyczyn problemu c) Wprowadzenie niezbędnych zmian/aktualizacji w celu rozwiązania przyczyn problemu (jeśli będzie to konieczne, Komisja Rewizyjna będzie zwoływała zebranie innych organów, aby przeprowadzić procedury zmian zgodnie z założeniami regulaminów) d) Publikowanie informacji na temat prowadzonego postępowania na między innymi na stronie internetowej LGD.

Podobny schemat postępowania będzie obowiązywał w przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla realizowanych działań. Wtedy, do decyzji Komisji Rewizyjnej będzie należało, czy warto wprowadzić zmiany oparte nie na negatywnych doświadczeniach, a pozytywnych wnioskach z prowadzonych analiz.

Ważną zasadą, którą bezwzględnie będzie przestrzegało LGD, jest pełna transparentność
 i przejrzystość stosowanych zasad i procedur, dlatego również w sytuacji problemowej, zespół LGD (pracownicy, członkowie) będą zobligowani do pełnego informowania o przyjętych rozwiązaniach również w kontaktach bezpośrednich. W związku z tym, LGD „Barcja” będzie upubliczniało wyniki działań w ramach planu komunikacji w sprawozdaniach rocznych zamieszczanych na stronie Internetowej LGD. Dodatkowo, każdorazowo po przeprowadzonych działaniach komunikacyjnych wpisanych w Plan komunikacji będą publikowane ogłoszenia w zakładce aktualności na stronie LGD, które będą podsumowywały dane działanie.

***Analiza efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu (w tym tryb korygowania planu komunikacji)***

Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu będzie prowadzona poprzez:

1. Bieżącą analizę liczby uczestników/odbiorców poszczególnych działań. Zebranie poszczególnych danych z prowadzonych działań i stosowania środków przekazu będzie odbywało się na podstawie zbieranych przez pracowników LGD informacji (listy uczestników, ankiety satysfakcji, uczestnictwo w wydarzeniach) oraz za pomocą specjalnych pomiarów (liczba odwiedzających stronę, liczba odbiorców danego medium). Dzięki bieżącemu kontrolowaniu tego ilu było odbiorców/uczestników danego działania komunikacyjnego i stosowanego środka przekazu, możliwe będzie szybkie reagowanie przez pracowników LGD, Komisję Rewizyjną i Zarząd w celu poprawy jakości realizowanych działań, zmiany realizowanych działań lub rezygnacji z realizowanych w danym zakresie działań. Zakłada się prowadzenie cyklicznych podsumowań miesięcznych oraz półrocznych, w których zbierane dane będą stanowiły podstawę do wydania przez Komisję Rewizyjną opinii na temat skuteczności i efektywności działań. Podejmowane działania będą ponadto prowadzone zgodnie z założeniami planu monitoringu opisanego w rozdziale XII.
2. Ewaluację prowadzoną w trakcie wdrażania (ewaluacja on-going) –dzięki przeprowadzonej ewaluacji możliwe będzie zebranie dodatkowych danych dotyczących działalności komunikacyjnej LGD.

W obu przypadkach, wyniki pokazujące skuteczność prowadzonych działań będą przedstawiane Komisji Rewizyjnej i konsultowane z Zarządem LGD. Komisja Rewizyjna będzie przygotowywała propozycje wprowadzenia zmian i podniesienia skuteczności zaplanowanych działań

***Budżet planu komunikacyjnego***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **L.p** | **działanie** | **2016** | **2017** | **2018** | **2019** | **2021** | **2021** | **2022** | **2023** |
| **1.** | ***Kampania informacyjna na temat PROW 2014-2020.*** | **500,00** | **2 500,00** | **2 500,00** | **3 500,00** | **2 500,00** | **1 000,00** | **3 500,00** | **1 500,00** |
| **2.** | ***Organizacja spotkań, których celem jest edukacja potencjalnych beneficjentów na temat sporządzania wniosków o dofinansowanie oraz prawidłowego rozliczania otrzymanego wsparcia.*** |
| **3.** | ***Badanie opinii wnioskodawców na temat wsparcia oferowanego przez LGD.*** |
| **4.** | ***Analiza oraz przedstawienie wyników badań na temat satysfakcji wraz z korektą działań związanych z realizacją LSR.*** |
| **5.**  | ***Razem*** | **17 500,00 zł.** |

***Zakładane wskaźniki wraz z planowanymi efektami***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Działanie komunikacyjne | Środek przekazu | Wskaźnik  | Planowane efekty  |
| Kampania informacyjna na temat PROW 2014-2020. | * Strona internetowa LGD.
 | 30 zamieszczonych ogłoszeń na stronie LGD. | Liczba osób posiadających wiedzę na temat PROW 2014-2020.23 % x liczba mieszkańców (39 689) = około 9 000 osób  |
| * Portale społecznościowe np. Facebook.
 | 60 zamieszczonych postów na portalach społecznościowych. |
| * Plakaty informacyjne.
 | 500 rozwieszonych plakatów. |
| * Strony internetowe samorządów.
 | 15 ogłoszeń zamieszczonych na stronach internetowych samorządów. |
| * Spotkania informacyjne
 | 11 spotkań informacyjnych, 170 uczestników spotkań informacyjnych. |
| * Stoiska promocyjne podczas lokalnych imprez.
 | 17 stoisk promocyjnych podczas lokalnych imprez1000 osób odwiedzających stoiska promocyjne podczas lokalnych eventów. |
| * Artykuły w prasie lokalnej
 | 6 ogłoszenia w prasie lokalnej |
| Organizacja spotkań, których celem jest edukacja potencjalnych beneficjentów na temat sporządzania wniosków o dofinansowanie oraz prawidłowego rozliczania otrzymanego wsparcia. | * Ulotki informacyjne.
 | 2500 rozdanych ulotek. | Liczba osób posiadających wiedzę na temat pozyskiwania środków z PROW 2014-2020.Około 8 000 osób |
| * Plakaty informacyjne.
 | 375 rozwieszonych plakatów. |
| * Spotkania szkoleniowe.
 | 11 spotkań szkoleniowych. |
| Analiza oraz przedstawienie wyników badań na temat satysfakcji wraz z korektą działań związanych z realizacją LSR. | * Ankiety elektroniczne.
 | 60 wypełnionych ankiet elektronicznych. | Zapoznanie się z opinią mieszkańców na temat realizacji LSR na poziomie min. 25% zwrotu ankiet oraz liczby uczestników spotkań konsultacyjnych.25% x 240 = 60 osób 25% x 240 = 60 osób20 osób x 2 spotkania = 40Razem 160 osób |
| * Ankiety tradycyjne.
 | 300 wypełnionych ankiet papierowych. |
| * Spotkania konsultacyjne.
 | 3 zorganizowane spotkania konsultacyjnych. |
| Badanie opinii wnioskodawców na temat wsparcia oferowanego przez LGD. | * Strona internetowa LGD.
 | 3 zamieszczone ogłoszenia na stronie LGD. | Liczba osób posiadających wiedzę na temat oceny realizacji LSR oraz jej wpływu na dalsze działania. 600 osób |