

PLAN KOMUNIKACJI

Plan komunikacji powstawał przy pokaźnym udziale społeczności lokalnej. Planowi komunikacji poświęconych było łącznie 12 wydarzeń podczas których stosowano 4 różne metody partycypacyjne (zespół roboczy ds. LSR, fokus, warsztaty konsultacyjne, dyskusje reprezentantów grup) w okresie między 21 IX a 16 X 2015. Poddane zostały analizie zidentyfikowane problemy w obszarze komunikacji w poprzednim okresie programowania, przeprowadzono również analizę wyników badań ewaluacyjnych w tym zakresie oraz przeprowadzono dyskusje na temat oczekiwanych kierunków poprawy. Wynikiem prac przedstawicieli społeczności lokalnej były m.in. główny cel planu komunikacji oraz 3 cele szczegółowe. Także w wyniku konsultacji społecznych zaproponowano i wybrano 7 najważniejszych grup docelowych planu komunikacji i 5 grup defaworyzowanych wymagających szczególnej uwagi w planie komunikacji. Przez przedstawicieli społeczności lokalnej zostały najpierw zaproponowane, a następnie wytypowane najbardziej efektywne działania komunikacyjne, zebrane w tabeli Zestawienie działań w ramach planu komunikacji) jak również rezultaty i wskaźniki z podaniem sposobu mierzenia (załącznik nr 5 do LSR).

Jeśli LGD Dunajec-Biała ma wykorzystać swój potencjał teraz i w przyszłości, musi w różny sposób i w różnych okolicznościach komunikować się z wieloma interesariuszami.

Jeżeli mamy się bardziej efektywnie komunikować się, to pierwszym krokiem w kierunku usprawnienia komunikacji jest rozpoznanie potrzeby dokonania usprawnień i ich zaplanowanie. Dotyczy to zarówno wewnętrznej komunikacji z wielopoziomowymi strukturami zarządzania i realizacji, jak również zewnętrznej komunikacji z innymi interesariuszami. Plan komunikacji pozwoli zaplanować nam jakich dokonać usprawnień w zakresie komunikacji, aby wzmocnić LGD. Skuteczna komunikacja powinna prowadzić do pożądanego rezultatu i utrzymywać ten efekt, z możliwością zwiększenia skuteczności przekazu. Dlatego też skuteczna komunikacja służy celowi, dla którego została zaplanowana lub zaprojektowana. Takim celem może być wywołanie zmiany lub działania, podniesienie wiedzy, przekazanie informacji lub zapytania. Jeżeli nie osiągniemy pożądanego rezultatu, musimy starać się zrozumieć, dlaczego tak się stało, odkryć dlaczego komunikacja była nieskuteczna i zaradzić temu. Oznacza to, że należy sprawdzić, czy wiadomości dotarła i została zrozumiana. Komunikowanie, czyli dzielenie się jest procesem dwustronnym.

Za **główny cel planu komunikacji** uznano szerokie dotarcie do mieszkańców i interesariuszy z informacją umożliwiającą efektywną realizację LSR przy zastosowaniu metod i narzędzi dostosowanych do zróżnicowanych grup docelowych z zachowaniem wysokiej efektywności kosztowej.

Sformułowano również 3 cele szczegółowe:

1. bieżące informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, w tym również. o typach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR
2. zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD,
3. szerszy niż do tej pory udział przedsiębiorców we wdrażanie LSR na wszystkich etapach.

Główni adresaci działań komunikacyjnych - wskazanie tzw. grup docelowych

Do głównych grup uwzględnionych w planie komunikacji należy zaliczyć:

1. osoby fizyczne - mieszkańców obszaru objętego LSR
2. liderów lokalnych
3. osoby prawne prowadzące działalność gospodarczą (spółki prawa handlowego) i przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w innych formach na obszarze LSR
4. zrzeszenia pracodawców, zrzeszenia branżowe i grupy producenckie
5. organizacje pozarządowe zarejestrowane i/lub prowadzące działalność na obszarze LGD,
6. kościoły i związki wyznaniowe prowadzące działalność na obszarze LGD,
7. instytucje publiczne działające na obszarze LGD,

Za grupy defaworyzowane wymagające szczególnego uwzględnienia w planie komunikacji uznano:

1. rolników prowadzących rodzinne gospodarstwa rolne i domowników,
2. osoby pobierające świadczenia społeczne w OPS i ich domowników,
3. organizacje pozarządowe zatrudniające do 5 os.
4. młodzież w wieku do 35 lat
5. bezrobotnych w tym kobiety

Z kolei za grupy priorytetowe wymagające szczególnego uwzględnienia w planie komunikacji, a nie uznane za defaworyzowane uznano: p.13 podmioty sektora turystycznego i zagospodarowania wolnego czasu, w tym kulturalnego i kreatywnego.

Zakładane rezultaty planu komunikacji i przyjęte wskaźniki

rezultat	wskaźnik /sposób mierzenia
R1. zwiększone zainteresowanie wśród beneficjentów aplikowaniem o wsparcie z budżetu LSR	W1a. - Osiągnięcie wskaźnika Kw/Kd na poziomie > 1,3, gdzie: Kw - kwota oczekiwanego wsparcia (sumaryczna kwota oczekiwanego wsparcia w złożonych wnioskach) Kd - kwota dostępnego wsparcia W1b - Osiągnięcie wskaźnika Lb2/Lb1 na poziomie 1,2, gdzie Lb2 - liczba beneficjentów aplikujących o wsparcie z budżetu LSR w latach 2016-2023 Lb1 - liczba beneficjentów aplikujących o wsparcie z budżetu LSR w latach 2007-2013 (suma 2 LGD)
R2. zwiększone zainteresowaniem mieszkańców udziałem w działalności LGD	W2 - wzrost liczby członków LGD w latach 2016-2023 o 25%
R3. większa reprezentacja przedsiębiorców we władzach LGD	W3 - wzrost liczby reprezentantów przedsiębiorców we władzach LGD w latach 2016-2023 o 25%
R4. większa ilość wniosków o wsparcie z budżetu LSR składanych przez przedsiębiorców	W4 - Osiągnięcie wskaźnika Lw2/Lw1 na poziomie 1,4, gdzie: Lw2 - liczba wniosków o wsparcie z budżetu LSR złożonych przez przedsiębiorców w latach 2016-2023

	Lw1 - liczba wniosków o wsparcie z budżetu LSR złożonych przez przedsiębiorców w latach 2007-2013
R5.Większa liczba osób które polubiły fanpage/profil LGD na Facebooku	W5 -wzrost liczby osób które polubiły profil/fanpage LGD w latach 2016-2023 o 25%

Zestawienie działań w ramach planu komunikacji

Lp.	Działania komunikacji	Grupa docelowa	Etap wdrażania LSR					
			Rozpoczęcie realizacji LSR - informowanie o założeniach LSR	Śródkresowo na półmetku okresu wdrażania LSR (2019) - podsumowanie zrealizowanych i przedstawienie planowanych działań	Zakończenie realizacji LSR-Bilans realizacji LSR	Przed każdym konkursem- przekazanie informacji o konkursie	Po każdym konkursie-przekazanie informacji o wynikach konkursu	Przy zmianie zapisów LSR i dokumentów powiązanych- przekazanie informacji o zmianach
1.	Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w siedzibach Urzędów Gminy	wszystkie (1 do 13)	TAK		TAK	TAK		
2.	Ogłoszenia na tablicy informacyjnej w siedzibie LGD	wszystkie (1 do 13)	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK
3.	Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w sołectwach obszaru LSR	wszystkie (w tym szcz. d8 i d9)	TAK	TAK	TAK			
4.	Informacja na stronie internetowej LGD	wszystkie (1 do 13)	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK
5.	Informacja na stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD.	wszystkie (1 do 13)	TAK		TAK	TAK	TAK	TAK
6.	Informacja na profilu LGD na portalu społecznościowym	wszystkie (w tym szcz. d11 i p13)	TAK	TAK		TAK		TAK
7.	Newsletter – wysłanie informacji	wszystkie (w tym szcz. d11 i p13)	TAK	TAK	TAK	TAK		TAK
8.	Wysyłka druków bezadresowych do wszystkich gospodarstw domowych na obszarze LGD i podmiotów z obszaru LGD .	wszystkie (w tym szcz. 1, d8, d9, d12)	TAK	TAK				
9.	Prezentacja informacji podczas wydarzeń na obszarze LGD.	wszystkie (w tym szcz. 1, d10)		TAK	TAK			
10.	Spotkanie informacyjne otwarte w każdej gminie LGD	wszystkie (w tym szcz. 1-7 i d10, p13)	TAK	TAK	TAK			

11.	Spotkanie informacyjne dla potencjalnych beneficjentów (grupy docelowej) konkursu w każdej gminie LGD	potencjalni beneficjenci				TAK		
12.	Dyżur pracownika LGD w poszczególnych gminach w wyznaczonych terminach	potencjalni beneficjenci				TAK		
13.	Ulotka informacyjna dystrybuowana na obszarze LGD	wszystkie (w tym szcz. potencjalni beneficjenci)	TAK	TAK		TAK		
14.	Ankiety oceniające poziom zadowolenia z działań informacyjnych i doradczych	wszystkie (1 do 13), w szcz. potencjalni beneficjenci					TAK	
15.	Informacja i doradztwo w siedzibie LGD	potencjalni beneficjenci oraz p13 i d8-d12	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK
16.	Kontakt poprzez komunikator na fanpageu LGD na portalu społecznościowym.	wszystkie (w tym szcz. d11 i p13)	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK
17.	Kontakt poprzez funkcję chatu „online” na stronie internetowej.	wszystkie (w tym szcz. d11 i p13)	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK
18.	Kontakt poprzez rozmowę telefoniczną.	wszystkie (1 do 13)	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK
19.	Kontakt poprzez wiadomość e-mail.	wszystkie (1 do 13)	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK
20.	Szkolenie dla potencjalnych beneficjentów.	potencjalni beneficjenci ze wszystkich grup				TAK		
21.	Ankieta elektroniczna rozsyłana na adresy e-mail wnioskodawców	rzeczywiści beneficjenci ze wszystkich grup		TAK	TAK		TAK	
22.	Materiał informacyjny w radiu obejmującym obszar LSR.	wszystkie (1 do 13)		TAK				
23.	Materiał informacyjny na portalach internetowych obejmujących obszar LSR	wszystkie (1 do 13)	TAK	TAK	TAK	TAK		
24.	Materiał informacyjny w prasie obejmującej obszar LSR.	wszystkie (1 do 13)	TAK	TAK	TAK	TAK		

25.	Spotkanie podczas Sesji Rady w każdej gminie.	7 i pośrednio pozostałe grupy docelowe	TAK	TAK				
26.	Przekazanie informacji do głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich.	klienci punktów informacyjnych gł. 2 do 5	TAK					
27.	Spotkanie dla grup defaworyzowanych określonych w LSR	d8 do d12	TAK	TAK				
28.	Komunikaty w ogłoszeniach parafialnych	gł. 1,6,d8,d9 w mn. stopniu pozostałe				TAK		
29.	Ankieta ewaluacyjna planu komunikacji i jej opracowanie wraz ze sformułowaniem wniosków	wszystkie (1 do 13)		TAK	TAK			

W stosunku do poprzednio stosowanych działań ujęto nowe metody komunikacji takie jak: Newsletter – wysłanie informacji, Wysyłka druków bezadresowych do wszystkich gospodarstw domowych na obszarze LGD i podmiotów z obszaru LGD, Dyżur pracownika LGD w poszczególnych gminach w wyznaczonych terminach, Kontakt poprzez komunikator na fanpageu LGD na portalu społecznościowym, Kontakt poprzez funkcję chatu „online” na stronie internetowej, Przekazanie informacji do głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich, Ankieta ewaluacyjna planu komunikacji i jej opracowanie wraz ze sformułowaniem wniosków. Zastosowanie różnorodnych metod komunikacji na wszystkich etapach wdrażania ma zapewnić i utrzymać mobilizację społeczną w całym kilkuletnim procesie komunikacji w trakcie wdrażania LSR.

Budżet planu komunikacji

Lp.	Metody komunikacji	rok						
		2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1.	Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w siedzibach Urzędów Gminy							
2.	Ogłoszenia na tablicy informacyjnej w siedzibie LGD							
3.	Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w sołectwach obszaru LSR							
4.	Informacja na stronie internetowej LGD							
5.	Informacja na stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD							

6.	Informacja na profilu LGD na portalu społecznościowym							
7.	Newsletter – wysłanie informacji							
8.	Wysyłka druków bezadresowych do wszystkich gospodarstw domowych na obszarze LGD i podmiotów z obszaru LGD	2500			2500			
9.	Prezentacja informacji podczas wydarzeń na obszarze LGD		500	500				
10.	Spotkanie informacyjne otwarte w każdej gminie LGD	1500		1500				1500
11.	Spotkanie informacyjne dla potencjalnych beneficjentów (grupy docelowej) konkursu w każdej gminie LGD							
12.	Dyżur pracownika LGD w poszczególnych gminach w wyznaczonych terminach							
13.	Ulotka informacyjna dystrybuowana na obszarze LGD	1400		1400				1400
14.	Ankiety oceniające poziom zadowolenia z działań informacyjnych i doradczych							
15.	Informacja i doradztwo w siedzibie LGD							
16.	Kontakt poprzez komunikator na fanpage’u LGD na portalu społecznościowym							
17.	Kontakt poprzez funkcję chatu „online” na stronie internetowej							
18.	Kontakt poprzez rozmowę telefoniczną							
19.	Kontakt poprzez wiadomość e-mail							
20.	Szkolenie dla potencjalnych beneficjentów	1000	1500	1500	1000	1000	1000	
21.	Ankieta elektroniczna rozsyłana na adresy e-mail wnioskodawców							
22.	Materiał informacyjny w radiu obejmującym obszar LSR				2200			
23.	Materiał informacyjny na portalach internetowych obejmujących obszar LSR							
24.	Materiał informacyjny w prasie obejmującej obszar LSR	2200		2200		2200		2200
25.	Spotkanie podczas Sesji Rady w każdej gminie							
26.	Przekazanie informacji do głównych i regionalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich							
27.	Spotkanie dla grup defaworyzowanych określonych w LSR	300	300					

28.	Komunikaty w ogłoszeniach parafialnych							
29.	Ankieta ewaluacyjna planu komunikacji i jej opracowanie wraz ze sformułowaniem wniosków	1200			1200			
	Suma	10100	2300	7100	6900	3200	1000	5100

Ewaluacja i aktualizacja planu komunikacji

Lokalna Grupa Działania będzie pozyskiwać informacje o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR. Również podczas działań informacyjnych o zasadach realizacji LSR będą zbierane informacje na temat skuteczności i efektywności prowadzonych działań. Pozyskane w ten sposób informacje będą mogły być wykorzystane np. do aktualizacji LSR, procedur czy też zmiany sposobu funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy biura. Odpowiedzialny za działania ewaluacyjne planu komunikacji jest Zarząd ,w szczególności Zarząd powoła koordynatora d/s planu komunikacji którego zadaniem będzie referowanie na forum Zarządu spraw związanych z ewaluacją planu komunikacji. W sytuacji zaistnienia istotnych problemów z wdrażaniem LSR, a także potencjalnego pojawienia się sytuacji niesatysfakcjonującej akceptacji społecznej np. metod wdrażania LSR albo konkretnych działań Zarząd LGD może podjąć decyzję o podjęciu przez LGD działań korygujących lub propozycji zmian w planie komunikacji. W planie komunikacji ujęto także sformalizowane śródkresowe badanie ewaluacyjne planu komunikacji, w tym poziomu realizacji wskaźników rezultatu przez podmiot zewnętrzny. W zależności od sformułowanych wniosków będzie można wprowadzić adekwatne zmiany w planie komunikacji ze zmianą stosowanych metod i działań włącznie.

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. Z uwagi na powyższe również podczas działań informacyjnych o zasadach realizacji LSR będą zbierane informacje na temat skuteczności i efektywności prowadzonych działań. Pozyskane w ten sposób informacje będą mogły być wykorzystane np. do aktualizacji LSR, procedur czy też zmiany sposobu funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy biura.