

## ZAŁĄCZNIK NR 2 - Załącznik nr 7 „Plan komunikacji”

Przesłanki leżące u podstaw opracowania planu komunikacji to:

- skorelowanie działań prowadzonych przez LGD w zakresie realizacji LSR z rzetelną i wiarygodną informacją na temat możliwości uzyskania dofinansowania na ważne społecznie i gospodarczo przedsięwzięcia przewidziane w strategii;
- dobranie odpowiednich, zróżnicowanych metod dotarcia do potencjalnych beneficjentów działań przewidzianych w LSR, w szczególności do grup szczególnie istotnych z punktu widzenia realizacji LSR;
- doskonalenie działania LGD w zakresie realizacji LSR poprzez analizę informacji zwrotnych uzyskiwanych w procesie wdrażania planu komunikacji i jego weryfikacją

Lp.	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Termin		Zakładane wskaźniki realizacji działania	Wartość docelowa wskaźnika	Efekty działań komunikacyjnych	Indykatorywny budżet na działania komunikacyjne (w zł)
					2023-2026	2027-2029				
1	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności: jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, rolnicy	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	x		Artykuł zamieszczony na stronie LGD, aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych	1	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI	0 zł
2	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)	Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności: jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru LGD, w tym także	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	x	x	Liczba odwiedzin strony internetowej/ wyświetleń strony w ciągu roku (minimalna wartość wskaźnika do określenia przez LGD)	500/rok	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR	0 zł

			przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji, rolnicy	- Informacje na portalach społecznościowych - fanpage LGD	x	x	Informacje w mediach o zasięgu lokalnym	2/rok		0 zł
				- Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich	x	x	Liczba stron internetowych gmin członkowskich na których zamieszczono artykuł.	9/rok		0 zł
3	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów	Spotkania informacyjno-szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji.	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jsfp, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, rolnicy	- Spotkania informacyjno-szkoleniowe stacjonarne lub online	x		Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych	1/rok	Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	300 zł
				- Doradztwo indywidualne	x	x	Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart/ewidencji udzielonego doradztwa/	40/rok		0 zł
4	Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Beneficjenci oraz wnioskodawcy	- Doradztwo indywidualne/ szkolenia	x	x	Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart/ewidencji udzielonego doradztwa/	40/rok	Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	0 zł
							Liczba szkoleń	1/rok		300 zł
5	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków	Potencjalni wnioskodawcy – w zależności od naboru	-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	x	x	Artykuły na stronach internetowych	2/rok	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	0 zł
				-Informacje na portalach społecznościowych – fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym	x	x	Informacje na portalach społecznościowych oraz mediach o zasięgu lokalnym (ilość:...)	2/rok		0 zł

6	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji	Wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji	- Ankieta wypełniana po doradztwie	x	x	Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów	40/rok	Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych	0 zł
7	Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania	Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	x	x	Artykuły na stronach internetowych	1/rok	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie	0 zł
				- Informacje na portalu społecznościowym LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym		x	Informacje na portalach społecznościowych oraz mediach o zasięgu lokalnym	2/rok		0 zł

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

Przewidzane działania komunikacyjne oraz wykorzystywane w tym celu środki przekazu podlegać będą cyklicznym ( min. 1 raz do roku) badaniom efektów, jakie przynoszą i porównywaniu ich z założeniami. Jeśli stwierdzi się, iż któreś z działań komunikacyjnych nie przynosi pożądanych efektów, zostanie zastosowany odpowiedni plan naprawczy. Plan ten polegać będzie na modyfikacji dotychczasowych praktyk komunikacyjnych i ich udoskonaleniu lub wprowadzeniu innych, które w ocenie LGD będą bardziej odpowiednie w drodze do realizacji celu.

Tryb korygowania planu komunikacji przewiduje badanie następujących zagadnień:

- 1) czy działania komunikacyjne są wykonywane w zakładanym przedziale czasowym;
- 2) czy są kierowane do odpowiednich grup docelowych i czy do nich docierają;
- 3) czy w odpowiedni sposób realizowane są zakładane wskaźniki wykonania planu;
- 4) czy efektywnie działają kanały uzyskiwania informacji zwrotnych (spotkania indywidualne i grupowe, ankiety itp.).

W ramach planu naprawczego zakłada się:

- autoocenę LGD w zakresie prowadzonych działań;
- analizę uzyskanych informacji zwrotnych, czyli uwag i wniosków przekazywanych ustnie (zarówno podczas spotkań indywidualnych jak i grupowych), telefonicznie, e- mailowo, oraz w ankietach. LGD będzie rejestrować wszystkie uzyskane informacje zwrotne, następnie w ramach dyskusji wewnętrznych odniesie się do nich (zasadne – niezasadne; dlaczego), a uzyskane wnioski będą na bieżąco wdrażane w odniesieniu do wszystkich dziedzin wymienionych w pkt. 1) – 4) powyżej.

Za tryb korygowania planu naprawczego odpowiada Zarząd Stowarzyszenia LGD „ Wrzosowa Kraina”.