

## Planowane działania komunikacyjne i ich kanały przekazu

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu
II połowa 2016 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 połowa 2017 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 poszczególne działania	pozarządowe, grupy de faworyzowane, rolnicy, jst, przedsiębiorcy, mieszkańcy obszaru	prezentacje, materiały informacyjne,
II połowa 2017 r.	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,
II połowa 2017 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
I połowa 2018 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
I połowa 2018 r.	Szkolenia z zakresu wypełniania wniosków o przyznanie pomocy	Szkolenia dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne	organizacje pozarządowe, grupy de faworyzowane, rolnicy, jst, przedsiębiorcy,	- prezentacje, - materiały informacyjne,

		działania	mieszkańcy obszaru	
I połowa 2018 r.	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
II połowa 2018 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,
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,
I połowa 2019 r.	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
II 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,
II połowa 2019 r.	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem przeprowadzenie	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji	Ankieta elektroniczna skierowana do wnioskodawców

	ewentualnych korekt	przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy		
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,
I połowa 2020 r.	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	- stoiska promocyjne, - spotkania bezpośrednie, - ulotki, - foldery
II 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,
II połowa 2020 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

**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
1.	<i>Kampania informacyjna na temat PROW 2014-2020.</i>							
2.	<i>Organizacja spotkań, których celem jest edukacja potencjalnych beneficjentów na temat sporządzania wniosków o dofinansowanie oraz prawidłowego rozliczania otrzymanego wsparcia.</i>	3 800,00	34 200,00	34 200,00	43 700,00	43 700,00	34 200,00	43 700,00
3.	<i>Badanie opinii wnioskodawców na temat wsparcia oferowanego przez LGD.</i>							
4.	<i>Analiza oraz przedstawienie wyników badań na temat satysfakcji wraz z korektą działań związanych z realizacją LSR.</i>							
5.	<b>Razem</b>				<b>237 500,00 zł.</b>			

**Zakładane wskaźniki wraz z planowanymi efektami**

<b>Działanie komunikacyjne</b>	<b>Środek przekazu</b>	<b>Wskaźnik</b>	<b>Planowane efekty</b>
<b>Kampania informacyjna na temat PROW 2014-2020.</b>	• Strona internetowa LGD.	18 zamieszczonych ogłoszeń na stronie LGD.	Liczba osób posiadających wiedzę na temat PROW 2014-2020. 20 % x liczba mieszkańców (39 689) = około 8 000 osób
	• Portale społecznościowe np. Facebook.	36 zamieszczonych postów na portalach społecznościowych.	
	• Plakaty informacyjne.	500 rozwieszonych plakatów.	
	• Strony internetowe samorządów.	5 ogłoszeń zamieszczonych na stronach internetowych samorządów.	
	• Spotkania informacyjne	10 spotkań informacyjnych, 200 uczestników spotkań informacyjnych.	
	• Stoiska promocyjne podczas lokalnych imprez.	28 stoisk promocyjnych podczas lokalnych imprez 1000 osób odwiedzających stoiska promocyjne podczas lokalnych eventów	
	• Artykuły w prasie lokalnej	5 ogłoszenia w prasie lokalnej	
<b>Organizacja spotkań, których celem jest edukacja potencjalnych beneficjentów na temat sporządzania wniosków o dofinansowanie oraz prawidłowego rozliczania otrzymanego wsparcia.</b>	• Ulotki informacyjne.	2500 rozdanych ulotek.	Liczba osób posiadających wiedzę na temat pozyskiwania środków z PROW 2014-2020. Okolo 8 000 osób
	• Plakaty informacyjne.	300 rozwieszonych plakatów.	
	• Spotkania szkoleniowe.	5 spotkań szkoleniowych.	
<b>Analiza oraz przedstawienie wyników badań na temat satysfakcji wraz z korektą działań związanych z realizacją LSR.</b>	• 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 osób 20 osób x 2 spotkania = 40 Razem 160 osób
	• Ankiety tradycyjne.	60 wypełnionych ankiet papierowych.	
	• Spotkania konsultacyjne.	2 zorganizowane spotkania konsultacyjnych.	
<b>Badanie opinii wnioskodawców na temat wsparcia oferowanego przez LGD.</b>	• Strona internetowa LGD.	2 zamieszczone ogłoszenia na stronie LGD.	Liczba osób posiadających wiedzę na temat oceny realizacji LSR oraz jej wpływu na dalsze działania. 520 osób