

## Załącznik 5 Plan komunikacji

### **1. Prezentacja głównych celów i przesłanek leżących u podstaw jego opracowania.**

Plan komunikacji dotyczy konkretnych działań i projektów i jest ściśle powiązany z planem działania LGD w procesie wdrażania LSR. Plan komunikacji w swej konstrukcji zawiera opis celów, działań komunikacyjnych podporządkowanych tym celom, a także środków i narzędzi przekazu informacji na linii LGD – społeczności lokalne, jakich LGD zamierza używać w komunikowaniu się na poszczególnych etapach wdrażania LSR. Służy także identyfikacji występujących problemów komunikacyjnych (poprzez monitoring i ewaluację), dzięki czemu jest narzędziem kształtującym poziom współpracy i zaangażowania partnerów i interesariuszy LGD.

Celem ogólnym komunikacji dla LGD „Dolnoodrzańska Inicjatywa Rozwoju Obszarów Wiejskich” jest: okresowe informowanie społeczności lokalnej o stanie realizacji LSR, bieżące informowanie o wszystkich ewentualnych zmianach w LSR, wsparcie potencjalnych beneficjentów w zakresie doskonalenia umiejętności przygotowania wniosków aplikacyjnych i pozyskiwania środków finansowych z UE, edukacja określonych grup docelowych włączonych w proces wdrażania LSR, popularyzowanie i promocja efektów realizacji projektów innowacyjnych, prezentacja sukcesów we wdrażaniu LSR.

**Cel komunikacyjny 1** – Poinformowanie mieszkańców obszaru o stanie realizacji LSR oraz o wszystkich ewentualnych zmianach w LSR, procedurach wyboru operacji i terminach aplikacyjnych wraz z pozyskaniem informacji zwrotnej nt. trafności doboru sposobu informowania.

**Cel komunikacyjny 2** – Poinformowanie o wsparciu potencjalnych beneficjentów w zakresie doskonalenia umiejętności przygotowania wniosków aplikacyjnych i pozyskiwania środków finansowych z UE, edukacja określonych grup docelowych włączonych w proces wdrażania LSR wraz z pozyskaniem informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem przeprowadzenia ew. korekt w tym zakresie, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych.

**Cel komunikacyjny 3** – Popularyzowanie i promocja efektów realizacji projektów, prezentacja sukcesów we wdrażaniu LSR.

**2. Opis działań komunikacyjnych i grup docelowych oraz środków przekazu, opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych.**

Tabela 24 Szczegółowy plan komunikacji na linii LGD – grupy docelowe – LGD w procesie realizacji LSR 2014-2020 dla LGD „DIROW” w postaci tabelarycznej.

Termin	Cel komunikacyjny	Działanie komunikacyjne	Narzędzia komunikacji (środki przekazu)	Adresaci	Wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego – liczba działań	Planowane efekty działań komunikacyjnych – liczba osób objętych działaniem	Budżet (EUR)
I połowa 2016	Cel komunikacyjny 1	Kampania informacyjna o głównych zasadach założeniach LSR	Informacje przekazane do LPI Funduszy Europejskich w Szczecinie, Moryniu oraz PUP i Cech Rzemiosł Różnych w Gryfinie oraz Sołtysów sołectw leżących na obszarze LSR	Lokalni Liderzy, Grupy nieformalne Mieszkańcy obszaru LGD, Przedsiębiorcy Grupy defaworyzowane –< 35 i 50+,	Liczba informacji elektronicznych - 140	Liczba poinformowanych -140	0,00
		Badanie trafności doboru sposobu prezentowania informacji oraz zainteresowania uczestnictwem w działaniach LGD	W przypadku artykułów prasowych - ankieta internetowa zawieszona na stronie LGD w przypadku spotkań - ankieta audytoryjna	Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, rolnicy mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane –< 35 i 50+.	Liczba ankiet- 2	Liczba poinformowanych - 100	0,00
II połowa 2016	Cel komunikacyjny 2	Kampania informacyjna	Informacja na <a href="http://www.dirow.pl">www.dirow.pl</a> oraz wszystkich partnerskich UG. Informacja mailowa do grupy docelowej zawartej w bazie danych potencjalnych wnioskodawców. Informacja przekazana do Lokalnego Punktu Informacyjnego FE w Szczecinie, Moryniu oraz Powiatowy Urząd Pracy i Cech Rzemiosł Różnych w Gryfinie	Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, rolnicy, mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane –< 35 i 50+.	Liczba informacji - 1	Liczba poinformowanych - 3000	0,00

			Broszura informacyjna papierowa i elektroniczna (umieszczona na stronie LGD oraz UG)	Lokalni Liderzy, Grupy nieformalne, Mieszkańcy obszaru LGD, Przedsiębiorcy, Grupy defaworyzowane – < 35 i 50+, podmioty JST	Liczba opracowań - 1	Liczba poinformowanych - 1000	500
		Spotkania informacyjno-konsultacyjne, dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia realizowane w latach 2016-2018	Artykuły prasie lokalnej, mediach lokalnych, na portalu LGD – UG; portalach społecznościowych; Powiatowy Urząd Pracy oraz Cech Rzemiosł Różnych w Gryfinie, Poczta elektroniczna ( baza danych potencjalnych wnioskodawców); Informacja przekazana do Lokalnego Punktu Informacyjnego FE w Szczecinie, Moryniu	Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, osoby fizyczne chcące założyć lub rozwinąć działalność gospodarczą, rolnicy, osoby z grup defaworyzowanych –< 35 i 50+, podmioty JST	Liczba informacji - 6 ( 3 prasa+3 media )	Liczba poinformowanych -3000	500
			Spotkania bezpośrednie, prezentacje, materiały informacyjne	Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, osoby fizyczne chcące założyć lub rozwinąć działalność gospodarczą, rolnicy, osoby z grup defaworyzowanych –< 35 i 50+, podmioty JST	Liczba informacji - 7	Liczba poinformowanych -100	875
		Szkolenie z kompetencji Rady wraz z egzaminem	-zaproszenie telefoniczne i mailowe do udziału w szkoleniu, -informacja zamieszczona na portalu LGD	Radni LGD ,	Liczba szkoleń -1	Liczba poinformowanych - 12	2500
I półnoka 2017	Cel komunikacyjny 2	Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków aplikacyjnych.	Ankieta skierowana drogą elektroniczną na adresy e-mail wnioskodawców	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach	Liczba ankiet - 1	Liczba poinformowanych -30	0,00
		Szkolenie z zasad oceny i wyboru projektów do dofinansowania	- zaproszenie telefoniczne i mailowe do udziału w szkoleniu, -informacja zamieszczona na portalu LGD	Radni LGD, Mężowie Zaufania i pracownicy biura	Liczba szkoleń -1	Liczba poinformowanych - 15	2500

II połowa 2017	Cel komunikacyjny 2	Dwudniowe wyjazdowe warsztaty dotyczące realizacji i rozliczenia wniosków	- zaproszenie telefoniczne i mailowe do udziału w szkoleniu, -informacja zamieszczona na portalu LGD	Wnioskodawcy, pracownicy biura	Liczba szkoleń - 1	Liczba poinformowanych - 30	2500
		Spotkania informacyjno-konsultacyjne, dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia realizowane w latach 2016-2018	Spotkania bezpośrednie, prezentacje, materiały informacyjne	Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, rolnicy, mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane – bezrobotni < 35 i 50+,	Liczba informacji - 7	Liczba poinformowanych -100	875
		Kampania Informacyjna	Artykuły prasie lokalnej, mediach lokalnych, na portalu LGD – UG; portalach społecznościowych; PUP oraz Cech Rzemiosł Różnych w Gryfinie, Poczta elektroniczna (baza danych potencjalnych wnioskodawców); Informacja przekazana do Lokalnego Punktu Informacyjnego FE w Szczecinie, Moryniu	Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, osoby fizyczne chcące założyć lub rozwinąć działalność gospodarczą, rolnicy, osoby z grupy defaworyzowanej – bezrobotni < 35 i 50+, podmioty JST	Liczba informacji -6 ( 3 prasa+3 media )	Liczba poinformowanych -3000	500
		Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków aplikacyjnych.	Ankieta skierowana drogą elektroniczną na adresy e-mail wnioskodawców	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach	Liczba informacji - 1	Liczba poinformowanych - 30	0,00

I połowa 2018	Cel komunikacyjny 1	Spotkania informacyjno-konsultacyjne, dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia realizowane w latach 2016-2018	Spotkania bezpośrednie, prezentacje, materiały informacyjne	Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, rolnicy, mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane – bezrobotni < 35 i 50+, przedstawiciele JST	Liczba informacji - 7	Liczba poinformowanych -100	875
		Kampania Informacyjna	Artykuły prasie lokalnej, mediach lokalnych, na portalu LGD – UG; portalach społecznościowych; PUP oraz Cech Rzemiosł Różnych w Gryfinie, Poczta elektroniczna (baza danych potencjalnych wnioskodawców); Informacja przekazana do Lokalnego Punktu Informacyjnego FE w Szczecinie, Moryniu	Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, osoby fizyczne chcące założyć lub rozwinąć działalność gospodarczą, rolnicy, osoby z grupy defaworyzowanej – bezrobotni < 35 i 50+, podmioty JST	Liczba informacji - 6 ( 3 prasa+3 media )	Liczba poinformowanych -1000	500
II połowa 2018	Cel komunikacyjny 2	Dwudniowe wyjazdowe warsztaty dotyczące realizacji i rozliczenia wniosków	- zaproszenie telefoniczne i mailowe do udziału w szkoleniu, -informacja zamieszczona na portalu LGD	Wnioskodawcy, pracownicy biura	Liczba szkoleń - 1	Liczba poinformowanych- 30	2500
		Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków aplikacyjnych.	Ankieta skierowana drogą elektroniczną na adresy e-mail wnioskodawców	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach	Liczba informacji - 1	Liczba poinformowanych -30	0,00

I połowa 2019	Cel komunikacyjny 1 oraz Cel komunikacyjny 3	Spotkania informacyjno-konsultacyjne, dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia realizowane w latach 2018-2020	Spotkania bezpośrednie, prezentacje, materiały informacyjne	Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, rolnicy, mieszkańcy obszaru, grupy defaworyzowane – bezrobotni < 35 i 50+,	Liczba informacji - 7	Liczba poinformowanych -100	875
		Kampania Informacyjna	Artykuły prasie lokalnej, mediach lokalnych, na portalu LGD – UG; portalach społecznościowych; Powiatowy Urząd Pracy oraz Cech Rzemiosł Różnych w Gryfinie, Poczta elektroniczna ( baza danych potencjalnych wnioskodawców); Informacja przekazana do Lokalnego Punktu Informacyjnego FE w Szczecinie, Moryniu	Potencjalni wnioskodawcy, w tym głównie przedsiębiorcy, osoby fizyczne chcące założyć lub rozwinąć działalność gospodarczą, rolnicy, osoby z grupy defaworyzowanej – bezrobotni < 35 i 50+, podmioty JST	Liczba informacji - 6 ( 3 prasa+3 media )	Liczba poinformowanych -1000	500
II połowa 2020	Cel komunikacyjny 1 oraz Cel komunikacyjny 3	Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków aplikacyjnych.	Ankieta skierowana drogą elektroniczną na adresy e-mail wnioskodawców	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach	Liczba informacji - 1	Liczba poinformowanych -30	0,00
			- Wydanie publikacji dobrych praktyk	Mieszkańcy obszaru LGD	Liczba publikacji - 1	Liczba odbiorców - 1000	1750

		Kampania informacyjna	Artykuły prasie lokalnej, mediach lokalnych, na portalu LGD – UG; portalach społecznościowych; Poczta elektroniczna ( baza danych potencjalnych wnioskodawców); Informacja przekazana do Lokalnego Punktu Informacyjnego FE w Szczecinie, Pyrzycach	Potencjalni wnioskodawcy rolnicy, osoby z grupy defaworyzowanej – bezrobotni < 35 i 50+, podmioty JST,NGO)	Liczba informacji - 2 ( 1 prasa+1 media )	Liczba poinformowanych -1000	750
2021	Cel komunikacyjny 2	Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków aplikacyjnych.	Ankieta skierowana drogą elektroniczną na adresy e-mail wnioskodawców	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach	Liczba informacji - 1	Liczba poinformowanych -30	0,00
		Podniesienie kompetencji organów LGD	- zaproszenie telefoniczne i mailowe do udziału w szkoleniu, -informacja zamieszczona na portalu LGD	Zarząd, Komisja Rewizyjna i Radni LGD, Mężowie Zaufania i pracownicy biura	Liczba szkoleń -1	Liczba poinformowanych - 26	2500
2022	Cel komunikacyjny 2	Spotkania informacyjno-konsultacyjne, dotyczące zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia realizowane w latach 2018-2022	Spotkanie w UG na temat konkursów zasad i kryteriów	Lokalni Liderzy, Grupy nieformalne Mieszkańcy obszaru LGD, Przedsiębiorcy podmioty JST, Grupy defaworyzowane – < 35 i 50+,	Liczba spotkań - 7	Liczba poinformowanych -100	875

2023	Cel komunikacyjny 1	Prowadzenie strony www.dirow.pl	Informacje zamieszczane na stronie www.dirow.pl	Lokalni Liderzy, Grupy nieformalne Mieszkańcy obszaru LGD, Przedsiębiorcy Grupy defaworyzowane –< 35 i 50+,	Liczba stron -1	Liczba odwiedzających w ciągu roku -500	0,00
------	------------------------	------------------------------------	--	---	-----------------	--	------

Źródło: opracowanie własne LGD Dolnoodrzańska Inicjatywa Rozwoju Obszarów Wiejskich



### **3. Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu.**

Przy określaniu działań komunikacyjnych i środków przekazu wzięto pod uwagę przede wszystkim cel komunikacji i grupę docelową, a także ocenę skuteczności stosowanych metod komunikacji w realizacji poprzedniej LSR. Skuteczność ta została określona poprzez wyniki badań ewaluacyjnych prowadzonych na przełomie 2014 i 2015. Wyniki ewaluacji wykazały, iż najbardziej skuteczne w komunikacji na Linii LGD – społeczność lokalna okazały się metody w postaci różnego rodzaju wydarzeń promocyjnych, realizowanych w partnerstwie z wieloma podmiotami z obszaru LGD grupy nieformalne, Koła Gospodyń Wiejskich, stowarzyszenia. Skutecznym działaniem okazały się również bezpośrednie kontakty z organizacjami pozarządowymi, przedsiębiorcami jak i społecznością lokalną na spotkaniach i szkoleniach. Dobre rezultaty przyniosły prowadzone przez LGD kampanie informacyjne i promocyjne, angażujące różne środki przekazu. Natomiast najmniej skuteczne były następujące metody komunikacyjne: publikacje w postaci ulotek i folderów na temat działalności LGD. W budowie planu komunikacji związanej z wdrażaniem LSR 2014-2020, te najmniej skuteczne metody zostały zastosowane w ograniczonej formie, lub wyłącznie w stosunku do wybranych grup docelowych. Ponadto wprowadzono kilka innowacyjnych metod, w tym m.in. wizyty studyjne po obszarze LGD, interaktywne zakładki na portalu internetowym Biura LGD jak i portalach społecznościowych, które zaplanowano głównie dla grup docelowych przedsiębiorców oraz grup defaworyzowanych. Zakłada się, że największą uwagę w działaniach komunikacyjnych LGD zwróci na uzyskanie informacji zwrotnej, w postaci komentarzy na portalu internetowym i społecznościowym, pozyskiwaniu ankiet od lokalnej społeczności bezpośrednio wyrażających opinie i oceny na temat efektów wdrażania LSR i działalności LGD.

### **4. Działania podejmowane w przypadku problemów z realizacją LSR oraz niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD.**

Każdy plan komunikacji zakłada pewne cele, jakie dzięki niemu mają zostać osiągnięte. Celom tym podporządkowane są działania i odpowiednio dobrane środki przekazu. Plan komunikacji opracowany jest na okres realizacji LSR dla LGD DIROW. Okres ten podzielony został na pięć etapów z których każdy obejmuje 2 półrocza. W zbudowanym planie komunikacji działania komunikacyjne podzielono i dostosowano do tych właśnie okresów. Takie podejście służy uzyskaniu pełnej spójności celów i okresów działania zapisanych w LSR z celami i działaniami planu komunikacji.

Stosowane działania komunikacyjne oraz wykorzystywane w tym celu środki przekazu, podlegać będą cyklicznym badaniom efektów, jakie przynoszą i porównywaniu ich z zakładanymi efektami. Jeśli w wyniku monitoringu lub ewaluacji stwierdzi się, iż któreś z działań komunikacyjnych nie przynosi pożądanych efektów, zostanie zastosowany 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 celu. Każde bowiem działanie ma swe atuty, ale nosi także w sobie pewną dozę ryzyka. Oczywiście trudno jest przewidzieć zakres takiego ryzyka, szczególnie, jeśli spowodowane jest ono barierami zewnętrznymi. Ale może istnieć także ryzyko po stronie LGD. Dlatego bardzo ważne jest, by już na etapie budowania planu komunikacji być świadomym tego ryzyka.

A zatem w podejściu do tworzenia planu komunikacji zaczęto od samooceny LGD, a szczególnie tej grupy osób, która będzie uczestniczyć i odpowiadać za działania komunikacyjne. Samoocena to swoisty przegląd wiedzy merytorycznej i umiejętności komunikacyjnych niezbędnych do prowadzenia prawidłowego procesu komunikacji. Wynikiem tej samooceny było wyznaczenie osób odpowiedzialnych za komunikację

wewnętrzną i zewnętrzną. W komunikacji wewnętrznej ważnym stało się ściśle określenie zakresu odpowiedzialności komunikacyjnych osób indywidualnych zatrudnionych do realizacji LSR. Kolejną czynnością było określenie zakresu odpowiedzialności osób odpowiedzialnych za proces komunikowania z otoczeniem, na linii LGD – szeroko rozumiana społeczność lokalna – LGD. W proces ten oprócz osób zatrudnionych będą włączeni członkowie organów LGD oraz członkowie LGD, w zależności od rodzaju i charakteru informacji. Natomiast do obowiązków Biura LGD należy m.in. monitorowanie efektów komunikacji, ewaluacja procesu komunikacji, sporządzanie ocen i wniosków oraz generowanie propozycji ewentualnych zmian w planie komunikacji, nad którymi będzie sprawować nadzór Dyrektor Biura.

#### **5. Opis wniosków/opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych.**

Wraz z procesem monitorowania i ewaluacji realizacji planu komunikacji zaplanowano równoległe działania mające na celu bieżącą ocenę realizacji LSR. Informacje uzyskane dzięki tym działaniom, w przypadkach problemów z wdrażaniem poszczególnych operacji, (np. z uwagi na brak akceptacji społecznej) mogą stać się podstawą wdrożenia programu naprawczego. Zasadnicze zmiany, które wynikły z realizacji procesu komunikacji ze społecznością lokalną będą konsultowane z tą społecznością, przy użyciu takich narzędzi jak portal internetowy, społecznościowy jak i spotkań bezpośrednich z zainteresowanymi grupami.

#### **6. Budżet przewidziany na działania komunikacyjne to 21 875 EUR.**