

PLAN KOMUNIKACJI LSR

Główne cele działań komunikacyjnych: Celem planu komunikacji jest zarówno bieżące informowanie mieszkańców o stanie realizacji LSR (w tym o stopniu osiągnięcia celów i wskaźników), jak i bieżące informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR. Zakłada się, że intensyfikacja przekazu dotyczącego praktycznych aspektów realizacji zapisów dokumentu przełoży się na zwiększenie zaangażowania społeczności lokalnej w działalność LGD, a tym samym pozytywnie wpłynie na jakość zgłaszanych operacji i wniosków. Planowane działania mają wzbudzić zainteresowanie oraz zachęcić potencjalnych beneficjentów do aplikowania o środki, zwiększając liczbę zrealizowanych projektów a przez to wzmocnić konkurencyjność i atrakcyjność Lokalnej Grupy Działania. Celem działań komunikacyjnych jest ponadto utrwalenie i pogłębienie akceptacji i przychylności mieszkańców obszaru LGD dla realizacji LSR na lata 2016-2022. Podjęte założenia wynikają bezpośrednio z doświadczeń związanych z realizacją poprzedniej strategii (wyniki badań ewaluacyjnych), a także propozycji i uwag zgłaszanych przez uczestników otwartych spotkań warsztatowych. W toku analiz oraz dyskusji zidentyfikowano dotychczasowe problemy z komunikacją i promowaniem działalności LGD. Zaproponowany plan komunikacji ma za zadanie zlikwidować dotychczasowe niedostatki komunikacyjne, a także zagwarantować dwustronność przekazu oraz umożliwić pozyskiwanie informacji zwrotnej od mieszkańców.

Działania komunikacyjne, odpowiadające im środki przekazu oraz zidentyfikowani adresaci poszczególnych działań komunikacyjnych:							
Lp.	Terminy działań komunikacyjnych	Nazwa działania komunikacyjnego *	Cel komunikacji	Adresaci działania/grupy docelowe	Środki przekazu/narzędzia realizacji działania komunikacyjnego **	Wskaźniki na kampanię ***	Efekty działania komunikacyjnego
1	w trakcie realizacji LSR (termin zależny od decyzji LGD na podstawie harmonogramu naborów)	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2016-2022, zasad pozyskiwania dotacji oraz zasad oceny i wyboru operacji przez LGD (w tym informacja na temat możliwości samozatrudnienia, skierowana w szczególności do osób należących do grup defaworyzowanych określonych w LSR)	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR na lata 2016-2022 (o głównych celach, zasadach dofinansowania oraz typach operacji, dla których przewidziane jest dofinansowanie w ramach PROW, a także procedurach oraz zasadach oceny i wyboru operacji. Aktywizacja potencjalnych uczestników projektów,	wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także przedstawiciele grup defaworyzowanych wskazanych w LSR: bezrobotni (długotrwale bezrobotni, osoby do 35 r. ż. oraz osoby w wieku 55+), osoby zagrożone wykluczeniem społecznym	1) rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną 2) zamieszczenie informacji na oficjalnej stronie LGD Blisko Krakowa 3) zamieszczenie informacji na oficjalnych stronach internetowych gmin obszaru LGD (6 gmin) 4) ogłoszenia na portalu społecznościowym (Facebook)	wysłanie 500 e-maili 1 informacja na stronie LGD Blisko Krakowa 6 informacji na stronach gmin obszaru LGD (1 w każdej gminie) co najmniej 1 ogłoszenie na portalu społecznościowym	a) dotarcie do co najmniej 400 osób z informacjami o LSR 2016-2022; b) podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o głównych założeniach LSR (wyniki ankiet po zorganizowanych spotkaniach), c) zwiększenie liczby składanych wniosków w stosunku do okresu 2007-2013,

			w tym przedstawiciele grup defaworyzowanych.		5) ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych	6 ogłoszeń w siedzibach instytucji publicznych (1 w każdej gminie)	szczególnie w zakresie przedsiębiorczości.
					6) wydanie biuletynu LGD lub zamieszczenie artykułu w prasie lokalnej	1 artykuł w prasie lokalnej /1 numer biuletynu	
					7) przygotowanie i dystrybucja materiałów promocyjnych	dystrybucja 400 materiałów promocyjnych	
					8) organizacja spotkań informacyjno-konsultacyjnych	organizacja co najmniej 2 spotkań w ramach kampanii (po 3 gminy z obszaru objętego LSR)	
					9) bezpośredni kontakt przez pracowników OPS i PUP	9) zamieszczenie co najmniej 10 informacji na stronach OPS i PUP	
2	2016-2023	Prezentacja projektów realizowanych i zrealizowanych w ramach LSR 2014-2020	Zapewnienie szerokiej akceptacji społecznej dla działań rozwojowych i kierunków realizowanych w ramach LSR	mieszkańcy obszaru LGD (w tym potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci)	1) publikacja dobrych praktyk projektowych,	druk 1 publikacji prezentującej dobre praktyki działań w ramach LSR	a) dotarcie do co najmniej 450 osób z przykładami zrealizowanych projektów; b) podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o konieczności aktualizacji LSR
					2) promocja skutecznych działań na oficjalnej stronie internetowej LGD Blisko Krakowa	1 informacja na stronie LGD Blisko Krakowa	
					3) promocja skutecznych działań na stronach gmin tworzących obszar LGD	6 informacji na stronach gmin obszaru LGD (1 w każdej gminie)	
					4) ogłoszenia na portalu społecznościowym (Facebook)	co najmniej 1 ogłoszenie na portalu społecznościowym	

					5) wydanie biuletynu LGD lub zamieszczenie artykułu w prasie lokalnej	1 artykuł w prasie lokalnej /1 numer biuletynu	
					6) prezentacja działalności LGD podczas wydarzeń i imprez okolicznościowych na terenie objętym LSR	prezentacja działalności LGD na 4 wydarzeniach	
					7) przygotowanie i dystrybucja materiałów promocyjnych	dystrybucja 400 materiałów promocyjnych	
3	działanie ciągłe	<i>Wspieranie beneficjentów w realizacji projektów oraz badanie opinii i satysfakcji beneficjentów z prowadzonego doradztwa</i>	Informowanie na temat warunków i sposobów przygotowania dokumentacji aplikacyjnej i rozliczania projektów	(potencjalni) beneficjenci	1) organizacja spotkań informacyjnych/szkoleń	nd.	a) podniesienie poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów (wyniki ankiet po spotkaniach szkoleniowych i doradczych),b) uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem wprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie.
					2) doradztwo indywidualne w Biurze LGD	nd.	
					3) doradztwo prowadzone przez Koordynatorów w gminach wchodzących w skład LGD	nd.	

* Wszystkie działania komunikacyjne prowadzone będą w sposób ciągły przez okres wdrażania LSR (2016-2023) i wynikać będą z aktualnych potrzeb i ogłaszanych przez LGD konkursów. Możliwe jest łączenie działań komunikacyjnych (np. wydanie artykułu w prasie lokalnej w ramach kampanii informacyjnej oraz w ramach prezentacji dobrych praktyk projektowych).

** Narzędzia komunikacji w ramach poszczególnych kampanii zostaną każdorazowo wybrane i dostosowane do możliwości organizacyjnych i technicznych oraz zgodnie z zasadą racjonalności.

*** Osiągnięte w ramach kampanii wskaźniki uzależnione będą od wykorzystanych narzędzi komunikacji.

Działania komunikacyjne podejmowane w przypadku problemów z realizacją LSR						
Lp.	Nazwa działania komunikacyjnego	Cel komunikacji	Adresaci działania/grupy docelowe	Środki przekazu/narzędzia realizacji działania komunikacyjnego*	Wskaźniki na kampanię**	Efekty działania komunikacyjnego
1	<i>Kampania informacyjna towarzysząca konsultacjom</i>	Poinformowanie mieszkańców o konieczności	mieszkańcy obszaru LGD, w tym wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w	1) rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną	wysłanie 300 e-maili	a) dotarcie do co najmniej 400 osób z informacją,

<i>społecznym dotyczącym aktualizacji Strategii</i>	aktualizacji LSR oraz o zakresie zmian.	szczegółności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i przedstawiciele grup defaworyzowanych)	2) zamieszczenie informacji na oficjalnej stronie LGD Blisko Krakowa	1 informacja na stronie LGD Blisko Krakowa	b) podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców o konieczności aktualizacji LSR.
			3) zamieszczenie informacji na oficjalnych stronach internetowych gmin obszaru LGD (6 gmin)	6 informacji na stronach gmin obszaru LGD (1 w każdej gminie)	
			4) ogłoszenia na portalu społecznościowym (Facebook)	co najmniej 1 ogłoszenie na portalu społecznościowym	
			5) ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych	6 ogłoszeń w siedzibach instytucji publicznych (1 w każdej gminie)	
			6) organizacja spotkań informacyjno-konsultacyjnych	organizacja co najmniej 2 spotkań w ramach konsultacji społecznych (po 3 gminy z obszaru objętego LSR)	

* Narzędzia komunikacji w ramach aktualizacji LSR zostaną każdorazowo wybrane i dostosowane do możliwości organizacyjnych i technicznych oraz zgodnie z zasadą racjonalności.

** Osiągnięte w ramach kampanii wskaźniki uzależnione będą od wykorzystanych narzędzi komunikacji.

Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu:

Zastosowane w planie komunikacji działania oraz wykorzystane środki przekazu podlegać będą cyklicznym badaniom przynoszonych efektów oraz – związanej z nimi – racjonalności budżetowej. Dodatkowo większość zaplanowanych narzędzi komunikacji przewiduje otrzymanie informacji zwrotnej lub aktywny udział mieszkańców. Regularnie prowadzona ocena i monitoring przedstawiane będą zgodnie z procedurą monitoringu i ewaluacji w formie kwartalnych raportów przygotowywanych przez Biuro LGD. W przypadku stwierdzenia, że któreś z działań komunikacyjnych nie przynosi pożądanych efektów, przewiduje się zastosowanie planu naprawczego. Polegać on będzie na modyfikacji dotychczasowych praktyk komunikacyjnych lub zastąpieniu ich nowymi, które w ocenie LGD będą bardziej odpowiednie dla osiągnięcia wyznaczonych celów. Przed wprowadzeniem każdej modyfikacji w ramach planu naprawczego przewiduje się zarówno poinformowanie odbiorców planu komunikacyjnego (za pomocą poczty elektronicznej, stron internetowych oraz portali społecznościowych), jak i konsultowanie propozycji z mieszkańcami, beneficjentami oraz grupami docelowymi – za pomocą ankiet oraz podczas otwartych spotkań konsultacyjnych.

Opis wniosków/opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych, sposobu ich wykorzystania w procesie realizacji:

Plan komunikacji przewiduje działania dotyczące zbierania informacji o funkcjonowaniu LGD oraz poziomu zadowolenia z realizacji LSR. W przypadku stwierdzenia niezadowolenia z metod wdrażania LSR oraz nieprzychylności wobec braku działań podejmowanych przez LGD konieczne będzie wdrożenie środków zaradczych. Przewiduje się wśród nich przede wszystkim: organizację spotkań przedstawicieli LGD z mieszkańcami i beneficjentami oraz przeprowadzenie badań ankietowych, a także

przyjmowanie uwag bezpośrednio w Biurze LGD. Po zebraniu opinii i wysłuchaniu uwag LGD będzie zobowiązana do odniesienia się do otrzymanych informacji zwrotnych, przygotowanie propozycji zmian zawartych w aktualizacji LSR oraz ponowne skonsultowanie ich (tymi samymi metodami) ze społecznością lokalną.

Całkowity budżet przewidziany na działania komunikacyjne w okresie realizacji LSR: 249 400,00 zł.