**PLAN KOMUNIKACJI**

**LGD Stowarzyszenie „Wielkopolska z Wyobraźnią”**

Plan komunikacji ze społecznością Lokalnej Grupy Działania Stowarzyszenie „Wielkopolska z Wyobraźnią” określa reguły wymiany informacji między mieszkańcami LGD a Stowarzyszeniem. Sprawna komunikacja pomoże we właściwym wykorzystaniu środków europejskich, które będą służyły rozwojowi obszaru działania LGD.

Działania komunikacyjne głównie mają na celu wspieranie realizacji celów oraz wskaźników określonych w LSR. LGD poprzez systematyczne dostarczanie niezbędnych informacji chce zmotywować i zachęcić potencjalnych beneficjentów oraz wszystkich mieszkańców do korzystania z Funduszy Europejskich, a także ogólnie mobilizować lokalną społeczność do wykorzystywania potencjału. Po przeprowadzonej analizie działania LGD Stowarzyszenie „Wielkopolska z Wyobraźnią” będą miały na celu:

- Bieżące informowanie mieszkańców/potencjalnych wnioskodawców o nowej LSR oraz o zasadach naboru wniosków prowadzonych przez LGD;

- Polepszenie jakości składanych do LGD wniosków na krótko przed przewidywanym naborem wniosków. Informowanie o naborze wniosków;

- Wspieranie beneficjentów w realizacji operacji;

- Informowanie mieszkańców o dotychczasowych efektach wdrażania.

Z doświadczenia LGD w poprzednim okresie programowania można wyróżnić podstawowe narzędzia komunikacji, które okazały się najbardziej skuteczne. Mieszkańcy LGD często zdobywają niezbędne informacje o LSR podczas bezpośrednich indywidualnych spotkań w biurze LGD – doradztwo. Popularnym źródłem jest także uaktualniana strona internetowa LGD, lokalne portale oraz media społecznościowe.

Głównym przesłaniem jest komunikat, że Fundusze Europejskie mają zwiększać możliwości oraz poprawiać jakość życia na obszarze LGD, poprzez ciekawe, innowacyjne projekty, które pomogą rozwiązywać problemy obszaru.

Podczas przygotowań do opracowania Lokalnej Strategii Rozwoju przeprowadzono internetowe badanie ankietowe wśród mieszkańców LGD i zapytano o kanały komunikacyjne oraz najistotniejsze ich zdaniem informacje, którymi są zainteresowani. Po przeanalizowaniu odpowiedzi można wywnioskować, że najbardziej preferowanym kanałem komunikacyjnym są: strona internetowa LGD oraz portale społecznościowe (np. popularny facebook). Duża grupa mieszkańców wskazała także organizowane przez LGD spotkania informacyjne jako dobre źródło informacji o LSR. Ankietowani wskazali, że najważniejsze jest dla nich przekazywanie informacji o organizowanych naborach wniosków o dofinansowanie przedsięwzięć w ramach LSR i co za tym idzie także o wynikach przeprowadzanych naborów wniosków. Najmniej istotne są wg badanych informacje na temat realizacji wskaźników i budżetu LGD.

Analizując sugestie mieszkańców wyszczególniono podstawowe działania komunikacyjne takie jak:

- spotkania informacyjne na temat głównych założeń LSR, podczas których mieszkańcy zdobędą podstawowe informacje o LSR, celach, przedsięwzięciach, operacji na jakie będzie można uzyskać dofinansowanie,

- spotkania na temat oceny oraz wyboru operacji przez LGD to kolejny etap, podczas którego zainteresowani poznają szczegółowo zasady wyboru operacji w LGD;

- spotkania warsztatowe dot. wypełniania wniosku o przyznanie pomocy, aby poprawić jakość składanych do LGD wniosków;

- spotkania na temat realizacji i wniosku o płatność, aby zminimalizować ryzyko błędów, a co za tym idzie nieotrzymania całości bądź części wnioskowanej kwoty pomocy;

- badania ankietowe, aby wprowadzić ewentualne korekty w planie komunikacyjnym;

- kampanie informacyjne, szeroko rozumiane informowanie społeczności o realizacji LSR;

Wszystkie działania planu komunikacyjnego będą zawierały informację o finansowaniu z funduszu PROW 2014-2020.

Środki przekazu danych działań komunikacyjnych wyszczególniono biorąc pod uwagę opinie mieszkańców obszaru LGD. Są to:

- strona internetowa LGD: [www.wielkopolskazwyobraznia.pl](http://www.wielkopolskazwyobraznia.pl);

- konto na portalu społecznościowym – Facebook;

- tematyczne ulotki informacyjne;

- plakaty informacyjne;

- doradztwo w biurze LGD lub w tzw. mobilnych punktach doradztwa w każdej gminie;

- ankiety badające poziom zadowolenia mieszkańców;

- wydarzenia i imprezy promocyjne, w tym także stoiska LGD podczas wydarzeń organizowanych przez inne pomioty;

- ogłoszenia w prasie o zasięgu regionalnym;

- sms.

Adresatami działań komunikacyjnych jest społeczność Lokalnej Grupy Działania Stowarzyszenie „Wielkopolska z Wyobraźnią”, w tym: przedsiębiorcy, rolnicy, jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe oraz grupy defaworyzowane (dzieci i młodzież, osoby do 30 roku życia oraz kobiety).

Wszystkie działania komunikacyjne są dostosowane do odbiorców, także tych z grup defaworyzowanych z terenu LGD. Przekazywane informacje będą zwięzłe, logiczne, zrozumiałe i interesujące dla przeciętnego mieszkańca obszaru LGD. W stosunku do grup wykluczonych, defaworyzowanych jakimi są: dzieci i młodzież, osoby do 30 roku życia oraz kobiety LGD będzie stosować następujące działania komunikacyjne:

- informacje na stronie internetowej LGD;

- portal społecznościowy – Facebook;

- poczta elektroniczna;

- indywidualne doradztwo w biurze LGD;

- spotkania w ośrodkach pomocy społecznej;

W celu zapewnienia skutecznej komunikacji i zapewnieniu równego dostępu do informacji na temat LSR również z osobami z różnymi niepełnosprawnościami, uwzględniając ich potrzeby oraz uzupełniać standardowy sposób komunikacji o dodatkowe środki i dopasowywać komunikację do różnych rodzajów niepełnosprawności. W tym celu LGD będzie prowadzić indywidualne konsultacje w każdej gminie członkowskiej, z możliwością dojazdu do klienta, że stopniem niepełnosprawności uniemożliwiającym samodzielne dotarcie.

Prawidłowy przepływ informacji wymaga także corocznej informacji zwrotnej, w tym przypadku na temat jakości pomocy świadczonej przez LGD. Analiza efektywności działań komunikacyjnych oraz zastosowanych środków przekazu przeprowadzana będzie przy pomocy ankiet monitorujących rozsyłanych do wnioskodawców. Pozwoli to wprowadzać ewentualne korekty w planie komunikacyjnym. W przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciu społecznym dla realizowanych działań, LGD przeprowadzi badanie ankietowe wśród mieszkańców, na podstawie której będzie możliwe wprowadzenie zmian w planie, jakie podniosą atrakcyjność danych działań.

Każdemu z celów komunikacyjnych przypisano wskaźniki, które pozwolą ocenić stopień realizacji danego celu. Są one dobrane w taki sposób, aby pokazywały postęp realizacji celów Planu Komunikacyjnego.

Tabela pokazuje powiązanie wskaźników z celami i zawiera informacje na temat sposobu ich pomiaru:

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Termin** | **Cel komunikacji** | **Nazwa działania komunikacyjnego** | **Adresaci działania** | **Środki przekazu** | **Wskaźniki** | **Budżet** | **Rezultat (planowane efekty)** |
| II poł. 2016 | Informowanie potencjalnych wnioskodawców o nowej LSR | Spotkania informacyjne na temat głównych założeń LSR  | potencjalni wnioskodawcy tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, ze szczególnym uwzględnieniem grup defaworyzowanych: osoby do 30 roku życia, kobiety | \*spotkania informacyjne każdej gminie członkowskiej LGD;\*ulotki informacyjne;\*strona internetowa LGD \* plakaty informacyjne \* Facebook | \*liczba spotkań informacyjnych - 4; \*liczba ulotek informacyjnych - 400 szt; \*liczba informacji na stronie internetowej LGD - 2 \* liczba plakatów - 100 szt.  | 4 250,00 zł | \*liczba osób poinformowanych - 5000;  |
| II poł. 2016 | Informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach naboru wniosków prowadzonych przez LGD | Spotkania na temat oceny oraz wyboru operacji przez LGD | potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, ze szczególnym uwzględnieniem grup defaworyzowanych: osoby do 30 roku życia, kobiety | \*spotkania w każdej gminie członkowskiej LGD;\*ulotki informacyjne;\*indywidualne doradztwo w biurze LGD; mobilny punkt doradztwa  | \*liczba spotkań informacyjnych - 4; \*liczba ulotek informacyjnych - 200 szt. \*liczba godzin doradztwa - 8h w każdej gminie członkowskiej tj. łącznie 32 h | 700,00 zł | \*liczba osób poinformowanych - 5000;  |
| II poł. 2016 | Polepszenie jakości składanych do LGD wniosków na krótko przed przewidywanym naborem wniosków. Informowanie o naborze wniosków.  | Spotkania warsztatowe dot. wypełniania wniosku o przyznanie pomocy | potencjalni wnioskodawcy zainteresowani złożeniem wniosku  | \*warsztaty w zakresie wypełniania wniosków; doradztwo | \*liczba spotkań warsztatowych - 4; \*liczba godzin doradztwa - 32 h | 3 000,00 zł | \*liczba osób korzystających z warsztatów i doradztwa - 50 (listy obecności, listy doradztwa); |
| I poł. 2017 | Informacja zwrotna na temat jakości pomocy świadczonej przez LGD. Ewentualne korekty planu komunikacyjnego.  | Badanie ankietowe | wnioskodawcy, którzy złożyli wnioski o przyznanie pomocy w ramach LSR | \*ankiety w formie papierowej lub ankiety elektroniczne wysyłane do wnioskodawców | \*ankiety rozesłane do wszystkich wnioskodawców | 0,00 zł | \*zwrot ankiet na poziomie 50% |
| I poł. 2017 | Informowanie mieszkańców LGD o LSR | Spotkania z mieszkańcami | wszyscy mieszkańcy obszaru LGD | \*spotkania z mieszkańcami, \*ulotki informacyjne, \*strona internetowa LGD,  | \*liczba spotkań informacyjnych - 4; \*liczba ulotek informacyjnych - 400 szt; \*liczba informacji na stronie internetowej LGD - 2  | 4 000,00 zł | \*liczba osób poinformowanych - 5000; |
| II poł. 2017 | Informowanie mieszkańców LGD o LSR | Kampania informacyjna | wszyscy mieszkańcy obszaru LGD | \*wydarzenia i imprezy (w tym stoiska LGD na imprezach promocyjnych), \*ulotki informacyjne, \*strona internetowa LGD, \*ogłoszenia w prasie regionalnej  | \*liczba wydarzeń promocyjnych - 2; \* liczba ulotek informacyjnych - 500 szt. \*liczba informacji na stronie internetowej - 2 \*liczba ogłoszeń w prasie - 2 | 32 250,00 zł | \*liczba osób poinformowanych - 20 000; |
| II poł. 2017 | Informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach naboru wniosków prowadzonych przez LGD | Spotkania na temat oceny oraz wyboru operacji przez LGD | potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, ze szczególnym uwzględnieniem grup defaworyzowanych: osoby do 30 roku życia, kobiety | \*spotkania w każdej gminie członkowskiej LGD;\*ulotki informacyjne;\*indywidualne doradztwo w biurze LGD; mobilny punkt doradztwa  | \*liczba spotkań informacyjnych - 4; \*liczba ulotek informacyjnych - 200 szt. \*liczba godzin doradztwa - 8h w każdej gminie członkowskiej tj. łącznie 32 h | 3 500,00 zł | \*liczba osób poinformowanych - 5000; |
| I poł. 2018 | Wspieranie beneficjentów w realizacji operacji | Spotkania na temat realizacji i wniosku o płatność | beneficjenci | \*spotkania z mieszkańcami, \*doradztwo | \*liczba spotkań informacyjnych - 2; \*liczba godzin doradztwa - 16 h  | 1 500,00 zł | \*liczba zrealizowanych operacji - 5; |
| I poł. 2018 | Informowanie mieszkańców LGD o LSR | kampania informacyjna | wszyscy mieszkańcy obszaru LGD ze szczególnym uwzględnieniem grup defaworyzowanych: kobiety oraz dzieci i młodzieży do 26 lat | \* mobilny punkt informacyjny,\* wydarzenie promocyjne z blokiem informacyjnym,\* strona internetowa LGD,\* plakaty informacyjne\* profil w mediach społecznościowych, | \* liczba imprez, na których będzie obecny mobilny punkt informacyjny - 1, \* liczba wydarzeń promocyjnych - 1; \* liczba informacji na stronie internetowej – 1;  \* liczba plakatów informacyjnych – 100 szt.; \* liczba postów w mediach społecznościowych – 1, | 12000,00 zł | \*liczba osób poinformowanych - 5000 |
| II poł. 2018 | Informowanie mieszkańców LGD o LSR | kampania informacyjna | wszyscy mieszkańcy obszaru LGD | \*wydarzenia i imprezy (w tym stoiska LGD na imprezach promocyjnych), \*ulotki informacyjne, \*strona internetowa LGD, \* plakaty informacyjne\* profil w mediach społecznościowych,\* mobilny punkt informacyjny,  | \*liczba wydarzeń promocyjnych –1; \* liczba ulotek informacyjnych - 5000 szt. \*liczba informacji na stronie internetowej - 1 \* liczba plakatów informacyjnych – 100 szt.; \* liczba postów w mediachspołecznościowych – 1,\* liczba imprez, na których będzie obecny mobilny punkt informacyjny - 1 | 20000,00 zł | \*liczba osób poinformowanych - 15 000 |
| I poł. 2019 | Informacja zwrotna na temat jakości pomocy świadczonej przez LGD. Ewentualne korekty planu komunikacyjnego.  | Badanie ankietowe | wnioskodawcy, którzy złożyli wnioski o przyznanie pomocy w ramach LSR | \*ankiety w formie papierowej lub ankiety elektroniczne wysyłane do wnioskodawców | \*ankiety rozesłane do wszystkich wnioskodawców | 0,00 zł | \*zwrot ankiet na poziomie 50% |
| I poł. 2019 | Informowanie mieszkańców o LSR oraz dotychczasowych efektach wdrażania | kampania informacyjna | wszyscy mieszkańcy obszaru LGD z uwzględnieniem także grup defaworyzowanych w tym dzieci i młodzieży | \*wydarzenia i imprezy (w tym stoiska LGD na imprezach promocyjnych), \*ulotki informacyjne, \*strona internetowa LGD,  | \*liczba wydarzeń/spotkań - 4; \*liczba ulotek - 400 szt. \*liczba informacji na stronie internetowej - 1 | 11 000,00 zł | \*liczba osób poinformowanych - 5000 |
| II poł. 2019 | Polepszenie jakości składanych do LGD wniosków na krótko przed przewidywanym naborem wniosków. Informowanie o naborze wniosków.  | Spotkania warsztatowe dot. wypełniania wniosku o przyznanie pomocy | potencjalni wnioskodawcy zainteresowani złożeniem wniosku  | \*warsztaty w zakresie wypełniania wniosków; doradztwo | \*liczba spotkań warsztatowych - 4; \*liczba godzin doradztwa - 32 h | 3 000,00 zł | \*liczba osób korzystających z warsztatów i doradztwa - 50 (listy obecności, listy doradztwa); |
| I poł. 2020 | Informacja zwrotna na temat jakości pomocy świadczonej przez LGD. Ewentualne korekty planu komunikacyjnego.  | Badanie ankietowe | wnioskodawcy, którzy złożyli wnioski o przyznanie pomocy w ramach LSR | \*ankiety w formie papierowej lub ankiety elektroniczne wysyłane do wnioskodawców | \*ankiety rozesłane do wszystkich wnioskodawców | 0,00 zł | \*zwrot ankiet na poziomie 50% |
| II poł. 2020 | Informowanie mieszkańców o LSR oraz dotychczasowych efektach wdrażania | kampania informacyjna | wszyscy mieszkańcy obszaru LGD z uwzględnieniem także grup defaworyzowanych w tym dzieci i młodzieży | \*wydarzenia i imprezy (w tym stoiska LGD na imprezach promocyjnych), \*ulotki informacyjne, \*strona internetowa LGD, \*plakaty | \*liczba wydarzeń/spotkań - 4; \*liczba ulotek - 400 szt. \*liczba informacji na stronie internetowej - 1 \*liczba plakatów - 100 szt. | 11 250,00 zł | \*liczba osób poinformowanych - 5000 |
| II poł. 2020 | Polepszenie jakości składanych do LGD wniosków na krótko przed przewidywanym naborem wniosków. Informowanie o naborze wniosków.  | Spotkania warsztatowe dot. wypełniania wniosku o przyznanie pomocy | potencjalni wnioskodawcy zainteresowani złożeniem wniosku  | \*warsztaty w zakresie wypełniania wniosków; doradztwo | \*liczba spotkań warsztatowych - 4; \*liczba godzin doradztwa - 32 h | 3 000,00 zł | \*liczba osób korzystających z warsztatów i doradztwa - 50 (listy obecności, listy doradztwa); |
| I poł. 2021 | Wspieranie beneficjentów w realizacji operacji | Spotkania na temat realizacji i wniosku o płatność | beneficjenci | \*spotkania z mieszkańcami, \*doradztwo | \*liczba spotkań informacyjnych - 4; \*liczba godzin doradztwa - 16 h  | 3 000,00 zł | \*liczba zrealizowanych operacji - 5; |
| I poł. 2021 | Informacja zwrotna na temat jakości pomocy świadczonej przez LGD. Ewentualne korekty planu komunikacyjnego.  | Badanie ankietowe | wnioskodawcy, którzy złożyli wnioski o przyznanie pomocy w ramach LSR | \*ankiety w formie papierowej lub ankiety elektroniczne wysyłane do wnioskodawców | \*ankiety rozesłane do wszystkich wnioskodawców | 0,00 zł | \*zwrot ankiet na poziomie 50% |
| II poł. 2021 | Informowanie mieszkańców o LSR oraz dotychczasowych efektach wdrażania | kampania informacyjna | wszyscy mieszkańcy obszaru LGD | \*wydarzenia i imprezy (w tym stoiska LGD na imprezach promocyjnych), \*ulotki informacyjne, \*strona internetowa LGD,  | \*liczba wydarzeń/spotkań - 4; \*liczba ulotek - 400 szt. \*liczba informacji na stronie internetowej - 1 | 17 000,00 zł | \*liczba osób poinformowanych - 5000 |
| II poł. 2022 | Informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach naboru wniosków prowadzonych przez LGD | Spotkania na temat oceny oraz wyboru operacji przez LGD | potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, ze szczególnym uwzględnieniem grup defaworyzowanych: osoby do 30 roku życia, kobiety | \*spotkania w każdej gminie członkowskiej LGD;\*ulotki informacyjne;\*indywidualne doradztwo w biurze LGD; mobilny punkt doradztwa  | \*liczba spotkań informacyjnych - 4; \*liczba ulotek informacyjnych - 200 szt. \*liczba godzin doradztwa - 8h w każdej gminie członkowskiej tj. łącznie 32 h | 3 500,00 zł | \*liczba osób poinformowanych - 5000;  |
| I poł. 2023 | Wspieranie beneficjentów w realizacji operacji | Spotkania na temat realizacji i wniosku o płatność | beneficjenci | \*spotkania z mieszkańcami, \*doradztwo | \*liczba spotkań informacyjnych - 2; \*liczba godzin doradztwa - 16 h  | 1 500,00 zł | \*liczba zrealizowanych operacji - 5; |
| II poł. 2023 | Informowanie mieszkańców o LSR oraz efektach realizacji | kampania informacyjna | wszyscy mieszkańcy obszaru LGD z uwzględnieniem także grup defaworyzowanych w tym dzieci i młodzieży | \*wydarzenia i imprezy (w tym stoiska LGD na imprezach promocyjnych), \*ulotki informacyjne, \*strona internetowa LGD, \*ogłoszenia w prasie regionalnej \* plakaty informacyjne  | \*liczba wydarzeń/spotkań - 4; \*liczba ulotek - 400 szt. \*liczba informacji na stronie internetowej - 1 \*liczba plakatów - 100 szt.  | 11 250,00 zł | \*liczba osób poinformowanych - 2000 |
| SUMA | 145 950,00 zł |  |