

Załączniki nr 5 do LSR - PLAN KOMUNIKACJI

Plan komunikacji jest pisemnym oświadczeniem o tym, jakie działania komunikacyjne będą powzięte, aby wspomóc osiągnięcie określonych celów zawartych w Lokalnej Strategii Rozwoju przez zachęcanie potencjalnych beneficjentów oraz mieszkańców obszaru LGD do korzystania z Funduszy Europejskich poprzez dostarczanie im informacji niezbędnych do ubiegania się o środki pomocowe, motywowanie i edukowanie projektodawców oraz upowszechnianie efektów realizacji tych projektów. Plan komunikacyjny określa również jakie są ramy czasowe wykonania planu, budżet oraz procedury pomiaru wyników komunikacji. Ponadto plan komunikacji określa kanały komunikacji, osoby odpowiedzialne za proces przekazywania informacji, ale także brzmienie key message czyli kluczowych komunikatów, z założeniem, że muszą one być jednolicie przekazywane przez źródła i spójne dla wszystkich jego odbiorców.

Celem ogólnym planu komunikacji lokalnej LSR na lata 2014-2020 jest promowanie Lokalnej Strategii Rozwoju poprzez realizację jej celów wpisujących się w przedsięwzięcia wynikające z celów strategicznych Unii Europejskiej. Działania promocyjne są rozpowszechniane wśród mieszkańców terenu objętego LSR oraz wśród lokalnych mediów. Będą one polegały na informowaniu o możliwościach wsparcia przewidzianych w LSR i adresowane do potencjalnych beneficjentów, którzy będą chcieli ubiegać się o dotację w ramach środków unijnych. Planowane działania mają za zadanie wzbudzić zainteresowanie oraz zachęcić potencjalnych beneficjentów do pozyskiwania środków, co ma na celu zwiększenie liczby złożonych i zrealizowanych operacji, co z kolei wzmocni konkurencyjność i atrakcyjność obszaru LGD. Ponadto celem działań jest budowanie marki LGD „Partnerstwo dla Rozwoju” wśród społeczeństwa zamieszkującego obszar objęty LSR oraz pogłębianie akceptacji mieszkańców dla inicjatyw unijnych i ich skutków działania w poszczególnych gminach członkowskich. Przy realizacji celu ogólnego działań promocyjnych w proces zaangażowany są wszystkie gminy członkowskie tworzące Lokalną Grupę Działania.

Cel ogólny działań informacyjnych jest realizowany przez następujące cele szczegółowe:

- Informowanie, doradztwo, konsultacje w zakresie wsparcia beneficjentów przy procesie aplikacji o środki przewidziane w LSR a także informacja i pomoc przy realizacji operacji oraz przy rozliczaniu projektów,
- Budowanie marki LGD wśród mieszkańców gmin członkowskich poprzez informowanie ich o możliwości dofinansowania oraz o zrealizowanych już projektach (wpisujących się w LSR) i ich pozytywnym wpływie na obszar LGD

- Zwiększenie wiedzy mieszkańców na temat korzyści płynących z przynależności do Unii Europejskiej dla gmin oraz mieszkańców obszaru objętego LSR, uzyskiwanych dzięki napływowi środków pomocowych UE,
- Umocnienie pozytywnego wizerunku LGD jako terenu efektywnie wykorzystującego członkostwo Polski w UE

Powyższe cele zostaną osiągnięte poprzez realizację długofalowych działań informacyjnych i promocyjnych:

- kampania informacyjna na temat wdrażania LSR – spotkania informacyjne i szkoleniowe, artykuły w lokalnej prasie (gazetki gminne), ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (UG, GOK), artykuły na stronie LGD www.grupadzialania.pl oraz na stronach www partnerskich gmin
- zakup i publikacja materiałów informacyjno-promocyjnych – folder, plakaty, gadżety promocyjne, namiot promujący LGD jako stoisko wystawiennicze na plenerowych imprezach kulturalno-rekreacyjnych (dożynki, bieg na łyżworolkach, cross, procesja wielkanocna itp.)
- prowadzenie strony internetowej www.grupadzialania.pl
- badanie satysfakcji wnioskodawców LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy oraz na etapie realizacji i wniosku o płatność w ramach konkursów grantowych
- organizacja działań aktywizacyjnych z elementem informacyjno-promocyjnym dot. funkcjonowania LGD oraz wdrażania LSR, ze szczególnym uwzględnieniem grup defaworyzowanych: mieszkańców terenu LGD 50+ oraz wychowanków placówek opiekuńczo – wychowawczych – rajdy rowerowe, chody nordicwalkingowe, warsztaty rękodzielnicze, warsztaty dla dzieci i młodzieży, quizy na temat wiedzy o UE i funduszach europejskich, konkursy plastyczne, questingi itp.

Opis ww. narzędzi oraz planowanych wskaźników:

Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR, na temat realizacji Programu oraz podsumowująca Program – na otwarcie programu planowana jest organizacja 1 spotkania z mieszkańcami obszaru objętego LSR, członkami stowarzyszenia oraz potencjalnymi beneficjentami podczas którego zostaną omówione cele Lokalnej Strategii Rozwoju oraz przedsięwzięcia, które realizowały będą te cele. Społeczność lokalna zostanie ogólnie poinformowana o zakresie oraz warunkach realizacji LSR. Planuje się udział ok 50 osób. Zaproszenie na spotkanie ukaże się na stronie www LGD oraz na stronach gmin członkowskich a także w wersji papierowej w gablotach informacyjnych w każdym z sołectw należącym do LGD. W

czasie trwania Programu zorganizowanych zostanie ok 9 szkoleń dla potencjalnych beneficjentów aplikujących do wszystkich działań PROW zgodnie z harmonogramem ogłaszanych konkursów. Przewiduje się, że w każdym ze szkoleń udział weźmie ok. 20 osób. Szkolenia poświęcone będą zasadom aplikowania do kolejnych działań realizujących strategię. Zaproszenie ukaże się tą samą procedurą co opisane wyżej spotkanie. Na zamknięcie programu planowane jest 1 spotkanie podsumowujące realizację strategii w latach 2014 – 2020. Przewiduje się udział 50 osób. W lokalnej prasie na stronie www LGD oraz na stronach www partnerskich gmin będą ukazywały się artykuły na temat stanu wdrażania i realizacji LSR. Planuje się w okresie realizacji programu opublikowanie 10 artykułów. Ponadto prowadzony będzie punkt konsultacyjno-doradczy przy biurze LGD w godzinach funkcjonowania biura. W punkcie tym zainteresowani będą mogli otrzymać szczegółowe informacje i wyjaśnienia dotyczące działalności LGD, wdrażania LSR oraz możliwości i warunków uzyskania pomocy na realizację operacji. Osoby i organizacje mające małe doświadczenie w przygotowaniu wniosku będą mogły uzyskać bezpłatnie pomoc w zaprojektowaniu operacji lub sporządzeniu wniosku.

Zakup i publikacja materiałów informacyjno – promocyjnych – kolejnym elementem promującym LSR oraz LGD jest zakup ok 600 szt. gadżetów reklamowych rozdysponowanych w głównej mierze wśród uczestników spotkań oraz potencjalnych beneficjentów programu.

Prowadzenie strony www LGD „Partnerstwo dla Rozwoju” - w ramach strony www.grupadzialania.pl funkcjonuje już zakładka PROW 2014-2020, która dostępna będzie przez cały okres programowania. W zakładce na bieżąco publikowane będą informacje dot. aktualności PROW 2014-2020, założeń programowych, legislacji krajowej i unijnej, ogłoszeń dot. naboru wniosków, informacji na temat działań aktywizacyjnych, informacje nt. szkoleń z zakresu Programu organizowanych przez LGD itp. W zakładce będzie można również znaleźć dane kontaktowe do osób obsługujących biuro LGD, w razie jakichkolwiek pytań lub wątpliwości.

Badanie satysfakcji wnioskodawców jest kolejnym elementem, który pozwoli komunikować się LGD z wnioskodawcami. Planuje się przeprowadzenie badania po każdym naborze zgodnie z harmonogramem konkursów wykazanym w LSR. Podczas badania w formie ankiety pracownicy biura oraz Zarząd otrzymają informację zwrotną na temat oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy, np. w zakresie komunikacji interpersonalnej)

Organizacja działań aktywizacyjnych z elementami promocyjno-informacyjnymi w szczególności skierowana dla grup defaworyzowanych. Planuje się podczas trwania Programu organizację działań aktywizacyjnych w szczególności skierowanych do grup defaworyzowanych (osoby 50+ oraz wychowankowie placówek opiekuńczo-wychowawczych), będą to między innymi: 1 rajd

rowerowy, 2 chody nordicwalkingowe, 2 warsztaty rękodzielnicze, 1 konkurs plastyczny, 2 maratony fitness. Planuje się, że każdorazowo w działaniu udział weźmie od 12 do 25 osób z grup defaworyzowanych.

Grupy docelowe

Plan komunikacyjny skierowany jest do trzech głównych grup odbiorców:

- Beneficjenci (projektodawcy) – którzy już realizują projekty dofinansowane ze środków unijnych. Informacja wysyłana do tej grupy musi być najbardziej rozbudowana i specjalistyczna, a jednocześnie istotnie aktywizująca, motywująca i pobudzająca do działania.
- Potencjalnych beneficjentów LSR – to do nich skierowana jest duża część działań komunikacyjnych. Informacja kierowana do tych grup musi mieć charakter motywujący do składania wniosków. Opinia tej grupy na temat LSR będzie się kształtowała m.in. na podstawie kontaktów z pracownikami biura i przyjazności całego systemu wymiany informacji. W skład tej grupy wchodzi: jst i ich jednostki organizacyjne, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, jednostki turystyki, placówki edukacyjne, kościoły i związki wyznaniowe, parki narodowe i krajobrazowe, państwowe gospodarstwa leśne, lasy państwowe itp., spółdzielnie i wspólnoty mieszkaniowe, TBS-y, zakłady opieki zdrowotnej, domy i zakłady opieki społecznej, jednostki otoczenia biznesu np. agencje rozwoju regionalnego, izby gospodarcze, izby przemysłowo-handlowe i inne.
- Ogół społeczeństwa ze szczególnym uwzględnieniem grup defaworyzowanych: osoby 50+ oraz wychowankowie placówek opiekuńczo-wychowawczych z terenu LGD „Partnerstwo dla Rozwoju” – w grupie tej kumulują się efekty komunikacyjne działań i zachowań wszystkich grup interesariuszy środków pomocowych z EU. Wizerunek LGD w oczach społeczeństwa wspierany przez kampanię informacyjną decyduje o charakterze klimatu jaki kreowany jest przez pracowników biura oraz osoby ściśle związane z Lokalną Grupą Działania wokół wykorzystania środków w ramach LSR oraz polityki rozwojowej gmin członkowskich. Dotarcie do grup defaworyzowanych będzie przebiegało następująco:
 - Osoby 50+ - najliczniejsza grupa tych osób zrzeszona jest w Polskim Związku Emerytów i Rencistów. Oddział Racibórz. Oddział ma zasięg powiatowy dzięki czemu obejmuje wszystkie partnerskie gminy skupione w Lokalnej Grupie Działania „Partnerstwo dla Rozwoju”: Krzanowice, Pietrowice Wielkie, Rudnik, Nędza, Kuźnia Raciborska. Co kwartał każda z filii gminnych oddziału Racibórz organizuje spotkanie dla członków związku. Zarząd LGD planuje przekazywać na spotkania

pisemne informacje lub osobiście uczestniczyć w spotkaniach, dające grupie defaworyzowanej możliwość orientacji w działaniach LGD, uczestnictwa w realizowanych projektach dotyczących wdrażania LSR, jeżeli będą one skierowane właśnie do tej grupy, lub udział w działaniach aktywizacyjnych realizowanych przez LGD w ramach funkcjonowania biura, nabywania umiejętności i aktywizowania mieszkańców terenu LGD skierowanych stricte dla osób 50+. Są to między innymi działania: chody nordicwalkingowe, rajdy rowerowe, maraton fitness, warsztaty rękodzielnicze itp.

- Wychowankowie placówek opiekuńczo-wychowawczych – na terenie naszego LGD funkcjonują następujące placówki opiekuńczo wychowawcze prowadzone przez Stowarzyszenie „Otwarte Serca Dzieciom”: Kuźnia Raciborska, Nędza, Cyprzanów, Samborowice oraz dodatkowo na terenie miasta Kuźnia Raciborska funkcjonuje młodzieżowy ośrodek Wychowawczy. W związku z tym, na tak niewielkim terenie jaki obejmuje nasze LGD w wyżej wymienionych ośrodkach zamieszkuje ok 150 wychowanków. Co kwartał Zarząd LGD planuje kontaktować się z osobami prowadzącymi placówki oraz ośrodek. Zarząd i biuro LGD będą przekazywać pisemne informacje lub osobiście uczestniczyć w spotkaniach, dające grupie defaworyzowanej możliwość orientacji w działaniach LGD, uczestnictwa w realizowanych projektach dotyczących wdrażania LSR, jeżeli będą one skierowane właśnie do tej grupy, lub udział w działaniach aktywizacyjnych realizowanych przez LGD w ramach funkcjonowania biura, nabywania umiejętności i aktywizowania mieszkańców terenu LGD skierowanych stricte dla wychowanków placówek opiekuńczo-wychowawczych i młodzieżowego ośrodka wychowawczego w Kuźni Raciborskiej. Są to między innymi działania: chody nordicwalkingowe, rajdy rowerowe, maraton fitness, warsztaty rękodzielnicze, konkursy plastyczne itp.

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu
1. II półrocze 2016, 2. I półrocze 2023, 3. I i II półrocze 2016, I i II półrocze 2017, I i II półrocze	Budowanie marki LGD wśród mieszkańców gmin członkowskich poprzez informowanie	Kampania informacyjna dot. realizacji LSR w lata na lata 2014-2020	<ul style="list-style-type: none"> • Potencjalni beneficjenci • Beneficjenci • Ogół społeczności • Grupy defaworyzowane 	1. 1 Spotkanie zamykające program 2. 9 szkoleń dla potencjalnych beneficjentów 3. 10 artykułów promujących

2018, I i II półrocze 2019, I półrocze 2020 4. j.w 5. od I półrocze 2016 do II półrocze 2023	ich o możliwości dofinansowania oraz o zrealizowanych już projektach (wpisujących się w LSR)i ich pozytywnym wpływie na obszar LGD			LGD oraz LSR 4. Prowadzenie punktu konsultacyjnego
I półrocze 2017, II półrocze 2018, II półrocze 2019	Zwiększenie wiedzy mieszkańców na temat korzyści płynących z przynależności do Unii Europejskiej dla gmin oraz mieszkańców obszaru objętego LSR, uzyskiwanych dzięki napływowi środków pomocowych UE,	Zakup i publikacja materiałów informacyjno – promocyjnych	<ul style="list-style-type: none"> • Potencjalni beneficjenci • Beneficjenci • Ogół społeczności • Grupy defaworyzowane 	<ul style="list-style-type: none"> • Gadżety reklamowe 600 sz.
Od I półrocze 2016 do II półrocze 2023	Informowanie, doradztwo, konsultacje w zakresie wsparcia beneficjentów przy procesie aplikacji o środki przewidziane w LSR a także informacja i pomoc przy realizacji operacji oraz	Prowadzenie strony www.grupadzialania.pl	<ul style="list-style-type: none"> • Potencjalni beneficjenci • Beneficjenci • Ogół społeczności • Grupy defaworyzowane 	Licznik ilości wejść na stronę www.grupadzialania.pl

	przy rozliczaniu projektów,			
Od II półrocze 2016 do II półrocze 2023	Informowanie, doradztwo, konsultacje w zakresie wsparcia beneficjentów przy procesie aplikacji o środki przewidziane w LSR a także informacja i pomoc przy realizacji operacji oraz przy rozliczaniu projektów,	Badanie satysfakcji wnioskodawców	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficjenci • Potencjalni beneficjenci 	Ankieta ewaluacyjna dla osób korzystających ze szkoleń, doradztwa oraz działań aktywizacyjnych z elementami promocyjno-informacyjnymi
12 działań aktywizacyjnych z elementami informacyjno-promocyjnymi będzie odbywających się od I półrocza 2017 do II półrocza 2022	Umocnienie pozytywnego wizerunku LGD jako terenu efektywnie wykorzystującego członkostwo Polski w UE	Organizacja działań aktywizacyjnych z elementami promocyjno-informacyjnymi	<ul style="list-style-type: none"> • Grupy defaworyzowane, • ogół społeczności 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 rajd rowerowy • 2 chody nordicwalkingowe • 2 warsztaty rękodzielnicze • 1 konkurs plastyczny • 2 maratony fitness

Budżet planu komunikacyjnego wynosi ok. 15 tysięcy złotych