

**ANEKS NR 1
DO UMOWY NR 00023-6933-UM0310013/15
Z DNIA 18 maja 2016 r.**

zawarty w dniu 14.04 2016 r. w Lublinie

pomiędzy :

instytucją wdrażającą - Samorządem Województwa Lubelskiego,

z siedzibą w Lublinie, 20-029 Lublin, ul. Artura Grottgera 4

reprezentowanym przez:

- 1) **Edmunda Bożeńskiego** – Dyrektora Departamentu Programów Rozwoju Obszarów Wiejskich,
- 2) **Mateusza Winiarskiego** – Zastępcę Dyrektora Departamentu Programów Rozwoju Obszarów Wiejskich,

a

Stowarzyszeniem Lokalna Grupa Działania „Polesie”

z siedzibą w Cycowie, 21-070 Cyców, ul. Nowa 1,

NIP 5050089252

REGON¹ 060426241

KRS¹ 0000315000

zwanym dalej „Beneficjentem”, reprezentowanym przez:

- 1) **Małgorzatę Leszczyńską** – Prezesa Zarządu;
- 2) **Michała Woźniaka** – Wiceprezesa Zarządu;

Na podstawie umowy **00023-6933-UM0310013/15** z dnia **18 maja 2016r.** oraz ustawy z dnia 20 lutego 2015 r. o wspieraniu rozwoju obszarów wiejskich z udziałem środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014 -2020 (Dz. U. poz. 349), Strony postanawiają, co następuje:

§ 1

W powołanej na wstępie Umowie wprowadza się następujące zmiany:

- 1) Załącznik nr 5 (Plan Komunikacji) do Lokalnej Strategii Rozwoju Lokalnej Grupy Działania „Polesie” na lata 2016-2023, która stanowi Załącznik nr 1 do Umowy, otrzymuje brzmienie określone w załączniku nr 1 do niniejszego Aneksu.

¹ Niepotrzebne usunąć

§ 2

Pozostałe warunki Umowy nie ulegają zmianie.

§ 3

Aneks został sporządzony w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, z których po jednym otrzymuje LGD i podmiot wdrażający.

§ 4

Aneks wchodzi w życie z dniem podpisania.

PODMIOT WDRAŻAJĄCY

Z up. ZARZĄDU WOJEWÓDZTWA LUBELSKIEGO

Edmund Dołęcki
Dyrektor Departamentu

1) Programów Rozwoju Obszarów Wiejskich

Z up. ZARZĄDU WOJEWÓDZTWA LUBELSKIEGO
Zastępca Dyrektora Departamentu
Programów Rozwoju Obszarów Wiejskich

2)
Mateusz Winiarski

BENEFICJENT

PREZES ZARZĄDU

Małgorzata Łuszczzyńska

1)

WICEPREZES ZARZĄDU

Michał Woźniak

2)

LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA
"POLESIE"

ul. Nowa 1, 21-070 Cyców

tel/fax. (82) 56 77 675

NIP 505-008-92-52, REGON 060426241

KRS 0000315000

Załącznik nr 5 Plan komunikacji

Plan komunikacji z lokalną społecznością na lata 2014-2020 określa reguły prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych przez Lokalną Grupę Działania "Polesie" w odniesieniu do środków pomocowych Unii Europejskiej, dostępnych w związku z realizacją Umowy Ramowej dotyczącej Lokalnej Strategii Rozwoju.

Do udziału w opracowaniu dokumentu zaproszono mieszkańców obszaru ze wszystkich sektorów partnerskich. Dokument był tworzony z zastosowaniem zasady rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność, czyli oddolnie: tj. przy wykorzystaniu metod partycypacyjnych: warsztaty przyszłościowe, badania fokusowe, spotkania grup roboczych, spotkania konsultacyjne. W celu odzwierciedlenia oczekiwań mieszkańców obszaru zastosowano w trakcie prac nad planem komunikacji szereg narzędzi partycypacyjnych. Zebrane uwagi poddane zostały analizie przez ekspertów i uwzględnione w tworzeniu planu. W tworzeniu dokumentu wykorzystano również doświadczenia z poprzedniego okresu programowania na lata 2007-2013, które zostały zawarte w dokumencie dotyczącym badania ewaluacyjnego wdrażanej poprzednio LSR.

U podstaw planu komunikacji leży przekonanie, że dobra komunikacja jest konieczna, aby sprawnie i dobrze zrealizować zadania wynikające z Umowy Ramowej dotyczącej LSR.

Działania komunikacyjne są sprofilowane zgodnie z potrzebami beneficjentów i potencjalnych beneficjentów. Naczelną zasadą komunikacji jest przekazywanie potencjalnym beneficjentom a następnie beneficjentom w odpowiednim czasie, z odpowiednim wyprzedzeniem rzetelnej i wystarczającej informacji:

- potencjalni beneficjenci otrzymają pełną informację dającą dobre podstawy do podjęcia decyzji, co do udziału w konkursach, w tym informacje dotyczące kryteriów wyboru projektów oraz informacje o zobowiązaniach wynikających z podpisania umowy dotacyjnej;
- w trakcie realizacji projektu beneficjenci otrzymają kompleksową informację pozwalającą im na sprostanie wymaganiom realizacji projektu oraz informację na temat ewentualnych zmian, jeśli takie zmiany mają miejsce.

1. Cele działań komunikacyjnych

1.1 Wyniki przeprowadzonej analizy

Podczas prowadzenia badania ewaluacyjnego uzyskano opinie mieszkańców w zakresie stosowanych dotychczas rozwiązań w zakresie komunikowania się LGD z mieszkańcami obszaru. Poproszono o opinie czy stosowane rozwiązania były skuteczne i odpowiednie. Również w ankiecie skierowanej do mieszkańców na etapie opracowywania analizy SWOT oraz określania celów LSR zawarto pytania dotyczące oczekiwanych przez mieszkańców metod i sposobów komunikacji w odniesieniu do realizacji LSR.

Z informacji przekazanych przez mieszkańców wynika, że zdecydowana większość jako główne źródło wiedzy o funduszach UE wskazuje Internet. Według mieszkańców następujące formy komunikacji są najbardziej efektywne: informacje na stronie internetowej, spotkania informacyjne, szkolenia, broszury, ulotki, e-maile.

Dlatego w działaniach zapewniających udział społeczności we wdrażaniu LSR wykorzystywane będą różne formy komunikowania zróżnicowane w zależności od odbiorców.

1.2 Najważniejsze cele realizacji PK

Celem głównym działań komunikacyjnych jest wsparcie realizacji LSR LGD „Polesie” przez zachęcenie potencjalnych beneficjentów do udziału w Programie dzięki dostarczaniu im informacji niezbędnych w

procesie ubiegania się o środki z Programu LEADER, motywowanie projektodawców i edukowanie w obszarze właściwej realizacji projektów oraz kształtowanie świadomości społeczeństwa w zakresie celów i efektów Programu LEADER finansowanego ze środków PROW.

Pozostałe cele to:

- informowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach i zasadach wsparcia ze środków Programu LEADER oraz ich aktywizowanie w zakresie ubiegania się o fundusze w ramach LSR LGD „Polesie”,
- zapewnienie potencjalnym wnioskodawcom łatwego dostępu do informacji w celu uzyskania wysokiej jakości projektów, jak również zapewnienie równych warunków konkurencji przy uzyskiwaniu wsparcia finansowego.
- wspieranie beneficjentów w wykorzystaniu środków na realizację LSR LGD „Polesie”,
- wsparcie i motywowanie beneficjentów w procesie przygotowania i realizacji projektów,
- upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi oraz środowiskami opiniotwórczymi na rzecz przejrzystego i efektywnego wykorzystania środków LSR LGD „Polesie”,
- podnoszenie wiedzy i kompetencji beneficjentów w zakresie realizacji zadań programu i wykorzystania środków LSR LGD „Polesie”,
- zapewnienie prawidłowego wdrożenia projektów przez beneficjentów zgodnie z wymogami Programu, włącznie z wdrożeniem planu informacji i promocji w ramach projektów,
- zapewnienie przejrzystości wydatkowania środków publicznych.

2. Działania komunikacyjne

2.1. Działania komunikacyjne i środki przekazu

Informacja skierowana do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów jest dostępna na bieżąco, czyli istnieją kanały i narzędzia komunikacji umożliwiające dotarcie do informacji o każdej porze. Takim rozwiązaniem jest strona internetowa LGD: www.lgdpolesie.pl

System dostępu do informacji jest zdywersyfikowany tak, by zapewnić możliwość dotarcia do informacji na wiele sposobów zarówno pod względem formy, treści jak i zasięgu. Dzięki temu informacja dociera w sposób wielokanałowy. Przykładami takiej różnorodności kanałów dotarcia są:

1. strony internetowe LGD: www.lgdpolesie.pl
2. możliwość kontaktu bezpośredniego z pracownikiem Biura LGD,
3. wszelkie materiały informacyjne i promocyjne, ulotki, broszury, instrukcje,
4. organizowanie spotkań informacyjnych i szkoleń, które pozwala dotrzeć do ściśle wyselekcjonowanej grupy potencjalnych beneficjentów,
5. przekazywanie informacji pocztą elektroniczną.

Informacja wielopoziomowa oznacza, że jest ona uporządkowana według stopnia zaawansowania potencjalnego beneficjenta/beneficjenta w procesie ubiegania się o współfinansowanie i realizacji projektu. Na różnych etapach tego procesu występują różne potrzeby informacyjne. Dotarcie do informacji potrzebnej na każdym etapie jest maksymalnie ułatwione.

Środki przekazu pozwalają na realizację komunikacji z poszczególnymi grupami docelowymi. Poniższe zestawienie przedstawia środki przekazu, jakie będą wykorzystane na każdym etapie komunikacji w zależności od zakładanych potrzeb określonych segmentów grup docelowych.

Przedstawione powyżej cele zostaną zrealizowane za pomocą działań komunikacyjnych takich jak:

- Dotarcie bezpośrednie (obejmuje sposoby komunikacji z docelowymi odbiorcami bez pośrednictwa zewnętrznych mediów): imprezy i wydarzenia promocyjne, strona internetowa LGD: www.lgdpolesie.pl, konkursy promocyjne, infolinia dla potencjalnych beneficjentów (telefoniczny kontakt z pracownikami Biura LGD), poczta elektroniczna, e-newsletter, konferencje, szkolenia, warsztaty, wizyty studyjne, techniki partycypacyjne, drukowane lub elektroniczne materiały informacyjne, przewodniki, ulotki i instrukcje, ogłoszenia na tablicach urzędowych w urzędach oraz stronach internetowych urzędów, badanie satysfakcji

wnioskodawców LGD, ankiety.

- Dotarcie pośrednie (obejmuje sposoby komunikacji z docelowymi odbiorcami za pomocą zewnętrznych mediów): kampanie reklamowe i informacyjne w mediach lokalnych (artykuły w prasie i serwisach internetowych, audycje radiowe), informacje w mediach społecznościowych, mailingi, biuletyn informacyjny, reklama szeptana, informacje przekazywane przez parafie.

LGD będzie wykorzystywała wszelkiego rodzaju spotkania, w których uczestniczyć będą pracownicy Biura LGD do informowania, w zależności od aktualnej potrzeby, o aktualnych konkursach o dofinansowanie operacji, planowanych działaniach, ważnych z punktu widzenia uczestników poszczególnych spotkań.

2.2. Działania komunikacyjne skierowane do grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy

W stosunku do grup wykluczonych, defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy zamierza się zastosować następujące działania komunikacyjne: informacja na stronie www, spotkania w siedzibach Powiatowych Urzędów Pracy, spotkania w ponadgimnazjalnych szkołach zawodowych, udział w targach pracy na obszarze LGD, informacja na gminnych spotkaniach organizacji pozarządowych, gminnych spotkaniach z sołtysami, szkolenia dedykowane osobom z grupy defaworyzowanej, doradztwo indywidualne pracownika Biura LGD, poczta elektroniczna, e-newsletter.

2.3. Komunikacja z osobami z różnymi niepełnosprawnościami

Podstawowym wymogiem komunikacji jest zapewnienie równego dostępu do informacji na temat LSR. Należy dążyć do tego, aby skuteczność komunikacji z osobami z różnymi niepełnosprawnościami była taka sama, jak w przypadku komunikacji z pozostałymi grupami.

Przykłady konkretnych rozwiązań w komunikacji z osobami niepełnosprawnymi: indywidualne konsultacje u klienta, polegające na tym, że po wcześniejszym zaplanowaniu, specjaliści z Biura LGD świadczyć będą usługi informacyjne u klienta; zakres usług będzie taki sam jak dla konsultacji w Biurze LGD; przedstawiciele środowisk i organizacji pozarządowych z obszaru działania LGD funkcjonujących na rynku osób z różnymi niepełnosprawnościami będą zapraszani na organizowane konferencje i szkolenia; adresy mailowe do przedstawicieli środowisk i organizacji pozarządowych z obszaru działania LGD funkcjonujących na rynku osób z różnymi niepełnosprawnościami zostaną dołączone do bazy danych promocji mailingowych.

1. Grupy docelowe

Odbiorcą komunikacji o LSR jest każdy mieszkaniec obszaru działania LGD. To nie oznacza jednakowej komunikacji do wszystkich odbiorców. Ich zróżnicowane potrzeby informacyjne narzucają konieczność prowadzenia zróżnicowanej komunikacji.

Podstawowym kryterium podziału docelowych odbiorców jest poziom ich zaangażowania w proces zmian rozwojowych na obszarze działania LGD. W oczywisty sposób osoby i organizacje silniej zaangażowane w ten proces mają bardziej rozwinięte potrzeby informacyjne od podmiotów bezpośrednio w ten proces niezaangażowanych.

Odbiorcy komunikacji zostali podzieleni na trzy segmenty z punktu widzenia ich zaangażowania w proces zmian (zmiany są efektem projektów realizowanych przez liderów):

- beneficjenci (faktyczni i potencjalni) to segment bezpośrednio zaangażowany we wprowadzanie zmian, osoby i organizacje ubiegające się lub mogące się ubiegać o współfinansowanie operacji – są to liderzy zmian.

Potrzeby komunikacyjne dotyczyć będą kwestii ściśle merytorycznych związanych bezpośrednio z

realizowaną operacją. Należy pamiętać, że jest to grupa, którą należy motywować do promowania własnej operacji i Programu LEADER, do dzielenia się swoimi pozytywnymi doświadczeniami z reprezentantami pozostałych grup.

Potencjalni beneficjenci wymagają motywacji do podjęcia konkretnych działań. Aktywnie poszukują rozwiązań. Komunikat powinien być dostosowany do potrzeb/oczekiwań potencjalnego beneficjenta. Powinien wskazywać nowe możliwości stwarzane przez fundusze, dać szansę i przekonać o korzyściach wynikających z podjęcia „wysiłku” w ubieganiu się o nie.

Do grupy tej zaliczyć można: - jednostki samorządu terytorialnego, ich związki, porozumienia i stowarzyszenia, - jednostki organizacyjne jednostek samorządu terytorialnego, - organizacje pozarządowe, - jednostki naukowe oraz badawczo-rozwojowe, - instytucje oświatowe, - instytucje kultury, - przedsiębiorstwa, - instytucje otoczenia biznesu, - instytucje ochrony zdrowia, - kościoły i związki wyznaniowe oraz osoby prawne kościołów i związków wyznaniowych, - spółdzielnie mieszkaniowe, - organizacje rolników, - sołtysi.

Równocześnie odbiorcami komunikacji są:

- uczestnicy operacji (faktyczni i potencjalni) to osoby aktywnie uczestniczące w operacjach, wśród których szczególne znaczenie mają członkowie grup społecznych stojących przed wyzwaniem/problemami mogącymi ograniczać ich udział w życiu społecznym i gospodarczym; osoby te mogą skorzystać lub korzystają z efektów operacji realizowanych przez liderów zmian.

Przy budowaniu komunikatów należy pamiętać o ich personalizacji, powinny zawierać informacje dotyczące rzeczywistej potrzeby potencjalnego uczestnika operacji. Uczestnicy operacji, to członkowie różnych społeczności, którzy dzięki korzystaniu z operacji realizowanej przez beneficjenta/lidera zmian już uczestniczą w jego realizacji i korzystają z jego efektów. Grupa ta, oczekuje również wsparcia merytorycznego w rozwiązywaniu bieżących problemów, najczęściej dotyczących ich samych, ich sytuacji społecznej lub zawodowej. Istotnym oczekiwaniem członków grupy jest chęć wykorzystania ich wiedzy i zdobytych doświadczeń, po realizacji operacji. Komunikaty powinny zawierać wskazania dotyczące np. szans rynkowych, jakie przed nimi stoją dzięki zrealizowanej operacji, które uczestnikami byli lub są.

Do grupy tej zaliczyć można: - pracownicy wszystkich instytucji, organizacji i przedsiębiorstw wymienionych w segmencie dot. beneficjentów, - dzieci i młodzież oraz osoby wychowujące małe dzieci lub dzieci niepełnosprawne, - osoby zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym, - osoby bezrobotne i zagrożone bezrobociem, - osoby powyżej 50. roku życia i osoby o niskich kwalifikacjach, - osoby zależne, w tym starsze i niepełnosprawne, - osoby oraz instytucje sprawujące opiekę nad dziećmi do lat 3, - przedszkola i szkoły prowadzące kształcenie ogólne i zawodowe, ich uczniowie, - wychowankowie, słuchacze i nauczyciele.

- odbiorcy rezultatów rozumiani jako wszyscy mieszkańcy obszaru działania LGD, a także turyści i inwestorzy jako osoby korzystające bezpośrednio i pośrednio z efektów operacji zrealizowanych z udziałem środków przewidzianych w LSR.

Mieszkańcy obszaru działania LGD są głównie odbiorcami informacji o operacjach, które zostały lub są realizowane. Odbiorcom rezultatów w komunikatach należy uświadomić, że są „konsumentami” efektów pracy beneficjentów, przez upowszechnianie informacji o korzyściach jakie, dla nich z tego tytułu wynikają.

Komunikacja obejmuje wszystkie trzy segmenty. Liderzy zmian są grupą priorytetową z punktu widzenia realizacji LSR.

2. Wskaźniki

Każdemu z celów komunikacyjnych przypisano wskaźniki, których osiągnięcie będzie stanowiło podstawę do oceny stopnia realizacji danego celu. Wskaźniki dobrano w taki sposób, aby pokazywały postęp w realizacji celów Planu komunikacji i LSR.

Realizacja celów nie jest zależna wyłącznie od działań komunikacyjnych, a stanowi wypadkową także

innych elementów wdrażania Funduszy Europejskich.

Zakładane wskaźniki: Liczba ogłoszeń/informacji w prasie, Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych, Liczba przygotowanych broszur informacyjnych, Liczba ogłoszeń na stronach internetowych, Liczba zrealizowanych spotkań informacyjnych, Liczba osób uczestniczących w spotkaniach informacyjnych, Liczba wypełnionych okresowych ankiet ewaluacyjnych, Liczba okresowych spotkań ewaluacyjnych, Liczba osób uczestniczących w spotkaniach ewaluacyjnych, Liczba wypełnionych końcowych ankiet ewaluacyjnych.

3. Planowane efekty działań komunikacyjnych

Podstawowym planowanym efektem działań komunikacyjnych jest pełna realizacja celów i założeń LSR, w tym wypełnienie założonych wskaźników. Aby móc je osiągnąć, należy odpowiednio przeprowadzić działania komunikacyjne skierowane do potencjalnych wnioskodawców, zachęcając ich do realizacji przedsięwzięć.

Planowane efekty działań komunikacyjnych: większa liczba operacji zgłaszanych do dofinansowania, wyższa jakość wniosków o dofinansowanie, a co za tym idzie prawidłowa realizacja operacji w ramach przyznanego dofinansowania, większa liczba osób korzystających z doradztwa biura LGD, większa świadomość osób z grup docelowych w zakresie możliwości w zakresie wdrażania LSR, lepsza rozpoznawalność LGD jako podmiotu wdrażającego LSR.

4. Rezultaty wynikające z przyjętych wskaźników i założonego celu:

- Zapewniony dostęp wnioskodawcom do wszystkich informacji o warunkach i zasadach korzystania ze środków w ramach LSR LGD „Polesie”,
- Zwiększona wiedza na temat LSR LGD „Polesie”,
- Zwiększona wiedza o możliwościach i zasadach korzystania ze środków w ramach LSR LGD „Polesie”,
- Zwiększona wiedza o przygotowywaniu i realizacji wysokiej jakości projektów w ramach LSR LGD „Polesie”,
- Podniesiony poziom wiedzy i kompetencji beneficjentów w zakresie realizacji projektów w ramach LSR LGD „Polesie”.

W sytuacji zaistnienia problemów z wdrażaniem LSR, a także potencjalnego braku satysfakcji, wdrożone zostaną odpowiednie środki zaradcze.

Tabela nr 1. Komunikacja - zagrożenia i środki zaradcze

Zagrożenia	Środki zaradcze
Brak lub zbyt mała liczba potencjalnych wnioskodawców/beneficjentów zainteresowanych skorzystaniem ze wsparcia w ramach LSR	Bezpośrednie kontakty pracowników Biura LGD z przedstawicielami grup docelowych, w tym grup defaworyzowanych Zwrócenie się z pomocą do członków LGD o większe wsparcie przy promocji LSR, rozpowszechnianiu możliwości wsparcia operacji Szkolenia dla beneficjentów
Brak zrozumienia przekazu przez mieszkańców, beneficjentów i potencjalnych beneficjentów	Formułowanie komunikatów w sposób spójny i przejrzysty
Możliwy chaos komunikacyjny związany z zaangażowaniem gmin w działania informacyjno-promocyjne	Wprowadzenie jasnych zasad podziału pomiędzy działaniami promocyjnymi a informacyjnymi, z podziałem na działania realizowane przez gminy oraz przez LGD.

5. Analiza efektywności

LGD jako instytucja zaangażowana we wdrażanie LSR zobligowana jest do regularnego, cyklicznego, prowadzenia monitoringu, badań ewaluacyjnych i oceny skuteczności, stosowanych środków przekazu (narzędzi), prowadzonych działań - w tym działań z zakresu komunikacji z interesariuszami LSR. W związku z tym LGD będzie publikowała na swojej stronie www informacje na temat stanu wdrożenia LSR w formie okresowych, rocznych i końcowych zestawień. W przypadku, gdyby efekty Planu Komunikacji były niezadowalające i wymagałyby jego skorygowania, przewiduje się sporządzenie ankiet zawierających pytania dotyczące usprawnień komunikacji. Inną formą mającą na celu zwiększenie efektywności Planu Komunikacji w przypadku potrzeby wprowadzenia zmian, będą spotkania/dyskusje i szkolenia z mieszkańcami, a w szczególności z grupami defaworyzowanymi, na temat ich oczekiwań oraz przyczyn dotychczasowych, nieefektywnych punktów komunikacji.

6. Informacja zwrotna

Uwzględnienie wniosków/opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych
W Planie Komunikacji przewidziano odrębne działania mające na celu pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR, zbierane w formie informacji zwrotnej np. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie. Dodatkowe informacje będą zbierane podczas działań informacyjnych skierowanych do potencjalnych wnioskodawców oraz ogółu społeczeństwa nt. zasad i efektów LSR. Pozyskane informacje zostaną poddane analizie, a następnie część z nich zostanie wykorzystana do aktualizacji LSR, w zakresie np. procedur oraz ewentualnej zmiany funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy biura LGD. Szczegółowe procedury i możliwy zakres zmian LSR i LGD zostaną przedstawione w Rozdziale XI „Monitoring i ewaluacja”.

Wyniki działań realizowanych w ramach Planu Komunikacji będą upubliczniane za pomocą internetowych środków przekazu - zestawienia będą na bieżąco pojawiały się na stronie internetowej LGD, stronach poszczególnych gmin oraz na tablicach ogłoszeń w urzędach.

Tabela nr 2. Plan komunikacji

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Efekty i wskaźniki działań komunikacyjnych
II poł. 2016	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014- 2020	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły w prasie lokalnej - biuletyn LGD - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - broszura informacyjna - artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych - spotkania informacyjne	Liczba ogłoszeń/informacji w prasie - 3 Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych - 180 Liczba przygotowanych broszur informacyjnych/biuletynów LGD - 900 Liczba ogłoszeń na stronach internetowych - 20 Liczba zrealizowanych spotkań - 9 Liczba osób uczestniczących w spotkaniach - 36
	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o kryteriach, warunkach i wymogach stawianych beneficjentom w planowanych naborach oraz o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez radę LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych)	Kampania informacyjna o planowanych naborach wniosków Spotkania informacyjne nt. planowanych konkursów oraz zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD	- biuletyn LGD - broszura informacyjna - artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych	
	Poinformowanie potencjalnych interesariuszy LGD „Polesie” o założeniach LSR „Polesie” na rok 2017 (planowane konkursy, spotkania, itd.), o przeprowadzonych działaniach, metodach monitoringu i ewaluacji, o wydarzeniach (ostatnich, bieżących i planowanych) z życia LGD „Polesie”, itd.	Przekazywanie informacji o funkcjonowaniu LGD „Polesie”			
I poł. 2017	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o kryteriach,	Kampania informacyjna o planowanych naborach	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności	- artykuły w prasie lokalnej - biuletyn LGD	Liczba ogłoszeń/informacji w prasie - 3

	warunkach i wymogach stawianych beneficjentom w planowanych naborach oraz o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez radę LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych)	wniosków Spotkania informacyjne nt. planowanych konkursów oraz zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD	przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD	- ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - broszura informacyjna - artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych - spotkania informacyjne	Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych - 180 Liczba przygotowanych broszur informacyjnych/biuletynów LGD - 450 Liczba ogłoszeń na stronach internetowych - 10 Liczba zrealizowanych spotkań - 9 Liczba osób uczestniczących w spotkaniach - 36
II poł. 2017	Poinformowanie potencjalnych interesariuszy LGD „Polesie” o założeniach LSR „Polesie” na rok 2018 (planowane konkursy, spotkania, itd.), o przeprowadzonych działaniach, metodach monitoringu i ewaluacji, o wydarzeniach (ostatnich, bieżących i planowanych) z życia LGD „Polesie”, itd. Pozyskanie informacji czy realizowane działania komunikacyjne są skuteczne i adekwatne. Pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR.	Przekazywanie informacji o funkcjonowaniu LGD „Polesie” Ewaluacja działań komunikacyjnych	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD	- biuletyn LGD - broszura informacyjna - artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych - ankieta ewaluacyjna (papierowa i elektroniczna) - spotkania ewaluacyjne	Liczba przygotowanych broszur informacyjnych/biuletynów LGD - 450 Liczba ogłoszeń na stronach internetowych - 10 Liczba wypełnionych ankiet ewaluacyjnych – 20 Liczba spotkań ewaluacyjnych – Liczba spotkań ewaluacyjnych -2 Liczba osób uczestniczących w spotkaniach ewaluacyjnych – 20

I poł. 2018	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o kryteriach, warunkach i wymogach stawianych beneficjentom w planowanych naborach oraz o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez radę LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych)	Kampania informacyjna o planowanych naborach wniosków Spotkania informacyjne nt. planowanych konkursów oraz zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły w prasie lokalnej - biuletyn LGD - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - broszura informacyjna - artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych - spotkania informacyjne	Liczba ogłoszeń/informacji w prasie - 3 Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych - 180 Liczba przygotowanych broszur informacyjnych/biuletynów LGD - 450 Liczba ogłoszeń na stronach internetowych - 10 Liczba zrealizowanych spotkań - 9 Liczba osób uczestniczących w spotkaniach - 36
II poł. 2018	Poinformowanie potencjalnych interesariuszy LGD „Polesie” o założeniach LSR „Polesie” na rok 2019 (planowane konkursy, spotkania, itd.), o przeprowadzonych działaniach, metodach monitoringu i ewaluacji, o wydarzeniach (ostatnich, bieżących i planowanych) z życia LGD „Polesie”, itd. Pozyskanie informacji czy realizowane działania komunikacyjne są skuteczne i adekwatne. Pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR.	Przekazywanie informacji o funkcjonowaniu LGD „Polesie” Ewaluacja działań komunikacyjnych	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD	- biuletyn LGD - broszura informacyjna - artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych - ankieta ewaluacyjna (papierowa i elektroniczna) - spotkania ewaluacyjne	Liczba przygotowanych broszur informacyjnych/biuletynów LGD - 450 Liczba ogłoszeń na stronach internetowych - 10 Liczba wypełnionych ankiet ewaluacyjnych – 20 Liczba spotkań ewaluacyjnych – Liczba spotkań ewaluacyjnych -2 Liczba osób uczestniczących w spotkaniach ewaluacyjnych - 20

I poł. 2019	Poinformowanie potencjalnych interesariuszy LGD „Polesie” o założeniach LSR „Polesie” na rok 2019 (planowane konkursy, spotkania, itd.), o przeprowadzonych działaniach, metodach monitoringu i ewaluacji, o wydarzeniach (ostatnich, bieżących i planowanych) z życia LGD „Polesie”, itd.	Przekazywanie informacji o funkcjonowaniu LGD „Polesie”	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD	- - biuletyn LGD - broszura informacyjna - artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych	Liczba przygotowanych broszur informacyjnych/biuletynów LGD - 450 Liczba ogłoszeń na stronach internetowych - 10
II poł. 2019	Poinformowanie potencjalnych interesariuszy LGD „Polesie” o założeniach LSR „Polesie” na rok 2019/20 (planowane konkursy, spotkania, itd.), o przeprowadzonych działaniach, metodach monitoringu i ewaluacji, o wydarzeniach (ostatnich, bieżących i planowanych) z życia LGD „Polesie”, itd.	Przekazywanie informacji o funkcjonowaniu LGD „Polesie”	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD	- - biuletyn LGD - broszura informacyjna - artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych	Liczba przygotowanych broszur informacyjnych/biuletynów LGD - 450 Liczba ogłoszeń na stronach internetowych - 10
I poł. 2020	Poinformowanie potencjalnych interesariuszy LGD „Polesie” o założeniach LSR „Polesie” na	Przekazywanie informacji o funkcjonowaniu LGD „Polesie”	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz	- - biuletyn LGD - broszura informacyjna	Liczba przygotowanych broszur informacyjnych/biuletynów

	rok 2020 (planowane konkursy, spotkania, itd.), o przeprowadzonych działaniach, metodach monitoringu i ewaluacji, o wydarzeniach (ostatnich, bieżących i planowanych) z życia LGD „Polesie”, itd.		organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych	LGD - 450 Liczba ogłoszeń na stronach internetowych - 10
II poł. 2020	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o kryteriach, warunkach i wymogach stawianych beneficjentom w planowanych naborach oraz o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez radę LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych)	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014- 2020 Kampania informacyjna o planowanych naborach wniosków Spotkania informacyjne nt. planowanych konkursów oraz zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły w prasie lokalnej - biuletyn LGD - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - broszura informacyjna - artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych - spotkania informacyjne	Liczba ogłoszeń/informacji w prasie - 3 Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych - 180 Liczba przygotowanych broszur informacyjnych/biuletynów LGD - 450 Liczba ogłoszeń na stronach internetowych - 10 Liczba zrealizowanych spotkań - 9 Liczba osób uczestniczących w spotkaniach - 36
I poł. 2021	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2014- 2020	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i	- artykuły w prasie lokalnej - biuletyn LGD - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych	Liczba ogłoszeń/informacji w prasie - 3 Liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych -

	oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR	Kampania informacyjna o planowanych naborach wniosków Spotkania informacyjne nt. planowanych konkursów oraz zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD	mieszkańcy obszaru LGD	- broszura informacyjna - artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych - spotkania informacyjne	180 Liczba przygotowanych broszur informacyjnych/biuletynów LGD - 450 Liczba ogłoszeń na stronach internetowych - 10 Liczba zrealizowanych spotkań - 9 Liczba osób uczestniczących w spotkaniach - 36
II poł. 2021	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD	Badanie satysfakcji wnioskodawców dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD	Wnioskodawcy wsparci w poszczególnych operacjach;	Ankieta skierowana drogą elektroniczną na adresy e-mail wnioskodawców	Liczba wypełnionych ankiet – 115
2022	Poinformowanie potencjalnych interesariuszy LGD „Polesie” o założeniach LSR „Polesie” na rok 2020 (planowane konkursy, spotkania, itd.), o przeprowadzonych działaniach, metodach monitoringu i ewaluacji, o wydarzeniach (ostatnich, bieżących i planowanych) z życia LGD „Polesie”, itd.	Przekazywanie informacji o funkcjonowaniu LGD „Polesie”	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD	- biuletyn LGD - broszura informacyjna - artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych	Liczba przygotowanych broszur informacyjnych/biuletynów LGD - 900 Liczba ogłoszeń na stronach internetowych - 20

PREZES ZARZĄDU

Małgorzata Jeszczyńska

WICEPREZES ZARZĄDU

Michał

**STOWARZYSZENIE
LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA
„POLESIE”**

ul. Nowa 1, 21-070 Cyców
tel/fax. (82) 56 77 675
NIP 505-008-92-52, REGON 060426241
KRS 0000315000