Załącznik 5.Plan komunikacji

a. Prezentacja głównych celów Planu Komunikacji i przesłanek leżących u jego powstawania

U przesłanek powstania dokumentu znalazła się potrzeba pogłębiania procesu partycypacyjnej realizacji LSR z mieszkańcami tego obszaru, wspólnie z sektorem gospodarczym i publicznym. LGD wspólnie z mieszkańcami obszaru stoi przez znacznym wyzwaniem wdrażania nowej LSR, w ramach której oprócz wsparcia działań stricte gospodarczych, rozwoju lokalnego stoją nowe wyzwania związane z szerokimi działaniami na rzecz grup defaworyzowanych, w szczególności ich wsparcia w powrocie na rynek pracy. Są to nowe obszary działalności LGD, z którymi wspólnie z mieszkańcami, lokalnymi organizacjami, samorządem i przedsiębiorcami będzie się mierzyć. Konsultacje społeczne pozwoliły na sformułowanie nowych i potwierdzenie zasadności dotychczas realizowanych działań komunikacyjnych. Ważną wspólna decyzją społeczną w zakresie komunikacji skierowanej do grup defaworyzowanych jest ujednolicenie komunikacji, wspólne działania na rzecz wszystkich grup – tak aby włączać wszystkie grupy już na etapie działań komunikacyjnych LSR, nie dopuszczać do jakiejkolwiek stygmatyzacji, ze względu na defaworyzację.

Wyrażone w licznych spotkaniach, rozmowach ze społecznością lokalną potrzeby i intencje pozwoliły na sformułowanie założeń Planu, jak również trzech głównych celów działań komunikacyjnych prowadzonych przez LGD Puszcza Knyszyńska:

Cel 1. Dostarczenie rzetelnej informacji o stanie realizacji LSR (w tym o stopniu realizacji przedsięwzięć, osiągnięcia celów i wskaźników) oraz podniesienie poziomu świadomości i wiedzy mieszkańców obszaru LGD, w tym grup defaworyzowanych, na temat LSR i możliwości pozyskiwania środków.

Cel 2. Zachęcanie potencjalnych beneficjentów do włączenia się w realizację LSR, w tym zainteresowanie grup defaworyzowanych, możliwością korzystania ze wsparcia w ramach LSR.

Cel 3. Promocja korzyści wynikających z realizacji LSR dla budowania społeczeństwa obywatelskiego, rozwoju lokalnego i rozpoznawalności marki LGD Puszcza Knyszyńska.

b. Opis zakładanych działań komunikacyjnych/grup docelowych/środków przekazu/wskaźników oraz efektów realizacji działań komunikacyjnych

Potrzeby	Cel	Termin	Działania komunikacyjne	Zidentyfikowane grupy docelowe, w tym defaworyzowane	Środki przekazu/sposób dotarcia do grupy	Wskaźniki produktu	Wskaźniki rezultatu (docelowe efekty działań komunikacyjnych)
Zapotrzebowanie grup docelowych i defaworyzowanych na informację o szczegółowych założeniach	1	2016 - 2024	Kampania informacyjna dot. założeń, realizacji i efektów LSR LGD Puszcza Knyszyńska	Społeczność lokalna: mieszkańcy obszaru LGD, **w tym grupy defaworyzowane,** zagrożone wykluczeniem społecznym, w szczególności osoby młode (do 29 roku życia) i	- konferencja otwierająca; - ogłoszenia/ informacje na stronie internetowej LGD, w Internecie, na portalach gminnych; - ogłoszenia / informacje w siedzibach członków LGD, działających na rzecz osób	- liczba konferencji otwierającej: 1 szt. - liczba ogłoszeń/ informacji zamieszczonych na stronie internetowej LGD, w Internecie i na portalach gminnych: 68 szt.;	- liczba uczestników konferencji otwierającej: 47 os. - liczba osób uczestniczących w spotkaniach informacyjno – konsultacyjnych: 150 osób.

LSR w zakresie planowanych konkursów, następnie wykorzystaniu zaplanowanych środków i dostępnych środków na realizację przedsięwzięć. Potrzeba uzupełnienia wiedzy mieszkańców obszaru LGD, w tym grup defaworyzowanych, na temat szczegółów LSR i możliwości pozyskiwania środków.				niepełnosprawne; ponadto przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, samorządowcy; media; potencjalni wnioskodawcy i uczestnicy projektów.	zagrożonych wykluczeniem społecznym; na tablicach ogłoszeń; - spotkania informacyjno-konsultacyjne z mieszkańcami w gminach; - ulotki informacyjne.	- liczba odwiedzin strony internetowej LGD: 1 523 758 wejść; - liczba ogłoszeń/ informacji w siedzibach członków LGD, działających na rzecz osób zagrożonych wykluczeniem społecznym; na tablicach ogłoszeń: w ramach 5 typów przedsięwzięć w LSR adresowanych głównie do osób wykluczonych: 13 szt. - liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych z mieszkańcami w gminach: 12 sztuk; - liczba ulotki informacyjnej: 5.000 szt.	
	1	2016 - 2024	Kampania promocyjna dot. założeń, realizacji i efektów LSR LGD Puszcza Knyszyńska	Społeczność lokalna: mieszkańcy obszaru LGD, **w tym grupy defaworyzowane,** zagrożone wykluczeniem społecznym, w szczególności osoby młode (do 29 roku życia) i niepełnosprawne; przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, samorządowcy; media; potencjalni wnioskodawcy i uczestnicy projektów.	- akcje promocyjne: promocja LSR podczas wydarzeń/ imprez na obszarze LGD; - fotogalerie zrealizowanych projektów na stronie www LGD.	- liczba akcji promocyjnych: 15 szt.; - liczba zamieszczonych fotogalerii na stronie www LGD: 70 szt.; - liczba wejść na stronę www LGD: 2980 szt.	- liczba uczestników akcji promocyjnych –552 osób

Potrzeba LGD włączenia w realizację LSR, w tym zainteresowanie grup defaworyzowanych, możliwością korzystania ze wsparcia w ramach LSR, celem realizacji celów strategii.	2	2016 - 2024	Wsparcie doradcze i szkoleniowe	Potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci.	- szkolenia dla wnioskodawców/ beneficjentów; - doradztwo indywidualne dla wnioskodawców/ beneficjentów w punkcie informacyjno-konsultacyjnym w siedzibie LGD; - badanie satysfakcji beneficjentów.	- liczba szkoleń dla wnioskodawców/ beneficjentów: 59 szt. ; - liczba usług doradczych: 803 szt. - liczba przeprowadzonych badań ankietowych dot. satysfakcji beneficjentów: 1565 osób.	- liczba osób uczestniczących w szkoleniach dla wnioskodawców/ beneficjentów: 839 osób; - Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa – 545 osób - Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa i które złożyły wniosek o przyznanie pomocy –364 osoby - liczba osób zadowolonych z uzyskanego wsparcia doradczo-szkoleniowego: 1558 osób.
	2	2016 - 2024	Komunikacja zwrotna	Społeczność lokalna: mieszkańcy obszaru LGD, **w tym grupy defaworyzowane,** zagrożone wykluczeniem społecznym, w szczególności osoby młode (do 29 roku życia) i niepełnosprawne; przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, samorządowcy; potencjalni wnioskodawcy i uczestnicy projektów.	- zakładka na stronie www LGD umożliwiająca zgłaszanie wniosków i opinii dotyczących realizacji LSR oraz działań komunikacyjnych / skrzynka pomysłów.	- liczba uwag i zapytań zgłoszonych za pośrednictwem zakładki na stronie WWW/ skrzynki pomysłów oraz maila: 187 szt.	- liczba wysłanych informacji zwrotnych: 185 szt.

Lokalna potrzeba budowania i wzmacniania społeczeństwa obywatelskiego, rozwoju lokalnego, integracji przedsięwzięć wokół marki LGD Puszcza Knyszyńska.	3	2016 - 2024	Kampania promocyjna dot. marki LGD Puszcza Knyszyńska	Społeczność lokalna: mieszkańcy obszaru LGD, **w tym grupy defaworyzowane**, zagrożone wykluczeniem społecznym, w szczególności osoby młode (do 29 roku życia) i niepełnosprawne; przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, samorządowcy; potencjalni wnioskodawcy i uczestnicy projektów; media; opinia publiczna.	- materiały promocyjne w tym gadżety promocyjne; - akcje promocyjne: promocja LGD podczas wydarzeń/ imprez na obszarze LGD i innych zaprzyjaźnionych LGD; udział w targach/ innych imprezach zewnętrznych; - informacje na stronie www LGD i na innych portalach internetowych; - ankieta rozpoznawalności; - film promocyjny obszaru LGD. - mapa turystyczna obszaru LGD Puszcza Knyszyńska	- liczba przygotowanych materiałów promocyjnych-gadżetów: 5 kompletów - liczba akcji promocyjnych: 7 szt.; - liczba zamieszczonych informacji na portalach internetowych dot. marki LGD PK: 45 szt.; - liczba filmów promocyjnych obszaru LGD: 0 szt. - liczba kompletów map: 1 komplet - liczba przeprowadzonych badań ankietowych dotyczących rozpoznawalności LGD – 1 szt.	- liczba osób poinformowanych o LGD Puszcza Knyszyńska: 806 240 osób. - liczba osób uczestniczących w badaniu ankietowym dotyczącym rozpoznawalności LGD: 84 os.
	3	2016 - 2024	Kampania społeczna na rzecz jakości życia i podniesienia aktywności grup defaworyzowanych na obszarze LGD Puszcza Knyszyńska	Społeczność lokalna: mieszkańcy obszaru LGD, **w tym grupy defaworyzowane**, zagrożone wykluczeniem społecznym, w szczególności osoby młode (do 29 roku życia) i niepełnosprawne; przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, samorządowcy; potencjalni wnioskodawcy i uczestnicy projektów; media; opinia publiczna; turyści krajowi i zagraniczni.	- spotkania z osobami, które odniosły sukces; - ogłoszenia/ informacje na stronie internetowej LGD, w mediach społeczościowych, Internecie, portalach gminnych; - ogłoszenia / informacje w siedzibach członków LGD, u partnerów społecznych, działających na rzecz osób zagrożonych wykluczeniem społecznym; tablice ogłoszeń.	- liczba ogłoszeń/ informacji zamieszczonych w Internecie i na portalach gminnych: 146 szt.; - liczba ogłoszeń/ informacji w siedzibach członków LGD, u partnerów społecznych, działających na rzecz osób zagrożonych wykluczeniem społecznym, na tablicach ogłoszeń: w ramach 5 typów przedsięwzięć w LSR adresowanych głównie do osób wykluczonych: 13 szt.	- liczba osób uczestniczących w spotkaniach z osobami, które odniosły sukces: 76 osób - liczba osób zagrożonych wykluczeniem społecznym, które zostały zmotywowane do działania: 10 osób.

						- liczba spotkań z osobami, które odniosły sukces: 4 szt.	
	3	2016 - 2024	Badanie dot. jakości życia na obszarze LGD	Społeczność lokalna: mieszkańcy obszaru LGD, **w tym grupy defaworyzowane**, zagrożone wykluczeniem społecznym, w szczególności osoby młode (do 29 roku życia) i niepełnosprawne; przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, samorządowcy; potencjalni wnioskodawcy i uczestnicy projektów.	- ankieta papierowa dotycząca jakości życia na obszarze LGD; - sondaż na stronie www dot. jakości życia na obszarze LGD	- liczba przeprowadzonych badań ankietowych dot. jakości życia mieszkańców: 2 szt. - liczba zamieszczonych sondaży dot. jakości życia na obszarze LGD na stronie www: 17 szt.	- liczba osób, które uważają, że wzrosła jakość życia na obszarze LGD: 62%. - liczba osób uczestniczących w badaniu sondażowym: 1674 os.
	3	2016 - 2024	Profesjonalizacja kadr na rzecz efektywniejszej realizacji LSR	Pracownicy biura LGD i członkowie organów LGD	- szkolenia podnoszące umiejętności pracowników biura i członków organów LGD (np. z zakresu tworzenia biznes planów, analiz rynku w celu znalezienia nisz rynkowych).	- liczba osobodni szkoleń dla pracowników biura: 300 osobodni; - liczba osobodni szkoleń dla członków organów LGD: 127 osobodni.	- liczba uczestników szkoleń dla pracowników biura: 59 osób; - liczba uczestników szkoleń dla organów LGD: 71 osób.

c. Opis podejmowanych działań w sytuacji problemów z wdrażaniem LSR czy niskiego poparcia

W sytuacji zaistnienia istotnych problemów z wdrażaniem LSR, polegających na niskim zainteresowaniu wnioskodawców lub też problemów związanych z realizowaniem/rozliczaniem projektów, LGD przewiduje uruchomienie dodatkowych działań doradczych, w tym innowacyjnych narzędzi opartych o dobrą praktykę aniołów biznesu, w przypadku projektodawców LGD: aniołów projektów, służących profesjonalnym wsparciem w rozliczeniu/poprowadzeniu projektu. Wszelkie dodatkowe działania opierać się będą o zrewidowane założenia Planu Komunikacji. Ponadto planowane jest, po konsultacji ze społecznością lokalną uruchomienie innych, adekwatnych do zaistniałych problemów działań, na przykład w sytuacji niskiego poparcia. W tym zakresie przewiduje się przede wszystkim spotkania i dyskusje na temat potrzeb społeczności, mediacje w sytuacji innych problemów lub dodatkowe akcje związane z upowszechnianiem dobrych praktyk realizacji LSR, po zaczerpnięciu ewentualnie porad u specjalistów od komunikacji społecznej.

d. Analiza efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu w tym korygowanie planu komunikacji

Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu została przewidziana jako cykliczne badanie w Rozdziale XI. Monitoring i ewaluacja. Powyższa analiza pozwoli na ocenę stopnia osiągnięcia planowanych rezultatów wynikających z założonych celów i przyjętych wskaźników oraz racjonalności wykorzystania budżetu. Monitorowanie osiągnięcia wskaźników realizacji działań komunikacyjnych odbywać się będzie na bieżąco na podstawie zbieranych danych dotyczących np. statystyk odwiedzin strony internetowej, list obecności, ilości godzin udzielonego doradztwa, liczby wniosków, ankiet, itd. (w zależności od wskaźnika). Na stronie LGD uruchomiona zostanie również zakładka umożliwiająca zgłaszanie wniosków i opinii dotyczących realizacji LSR oraz działań komunikacyjnych. Ewaluacja będzie miała charakter on-going i ex-post i będzie miała na celu ocenę trafności zaplanowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu w stosunku do grup docelowych oraz założonych efektów (rezultatów) Planu komunikacji.

W przypadku stwierdzonego ewentualnego braku efektywności stosowanych narzędzi, LGD dokona korekty Planu komunikacji. O ile Zarząd LGD uzna zasadność i racjonalność proponowanych ulepszeń, zostaną wykorzystywane na dalszych etapach realizacji LSR i wprowadzone do Planu komunikacji.

e. Opis sposobu wykorzystania w procesie realizacji LSR wniosków/opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych

Zebrane wśród grup docelowych wnioski i opinie posłużą do ewentualnej korekty działań w planie komunikacji, aktualizacji strategii, zmiany sposobu pracy biura, świadczenia doradztwa, organizacji spotkań itp. Ponadto wyniki prowadzonych działań monitoringowych i ewaluacyjnych w formie raportów będą zamieszczane na stronie internetowej LGD oraz dostępne w biurze LGD dla wszystkich zainteresowanych.

f. Budżet przewidziany na działania komunikacyjne

Całkowity budżet działań komunikacyjnych obejmuje koszty dla działania ***Aktywizacja***(100.000,00 euro) oraz pośrednio koszty dla działania ***Koszty bieżące*** (848.780,00euro).W okresie 2016-2024 budżet związany z działaniami komunikacyjnymi wynosić będzie **948.780,00euro**.W podziale rocznym budżet Planu komunikacji przedstawia tabela poniżej:

Tabela 1. Budżet działań komunikacyjnych (w tys. euro)

Rok realizacji LSR	2016 - 2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	RAZEM
Kwota wsparcia na rzecz kosztów bieżących i aktywizacji	283,49	159,98	109,72	59,12	166,38	166,41	3,68	0,00	**948,78**

Źródło: Opracowanie własne.

LGD Puszcza Knyszyńska
16-030 Supraśl, ul. Piłsudskiego 17
NIP 966-197-59-70, REG. 200239812
KRS 0000314143
www.puszczaknyszynska.org

Adam Kamiński
Prezes Zarządu

Joanna Sokolska
Wiceprezes Zarządu