

## SPROSTOWANIE

z 20 lipca 2016 roku

do załącznika nr 1 do UCHWAŁY NR XIX/1/8/2016

WALNEGO ZEBRANIA CZŁONKÓW Stowarzyszenia Łączy Nas Kanał Elbląski Lokalna Grupa Działania

z 16 czerwca 2016 roku

Tekst jednolity Planu komunikacji przyjęty uchwałami:

NR XVIII-2-13-2015 z 21 grudnia 2015 roku;

NR XIX-1-8-2016 z 16 czerwca 2016 roku.

---

W związku z wykrytymi przez Urząd Marszałkowski Województwa Warmińsko-Mazurskiego na etapie akceptacji Harmonogramu realizacji Planu komunikacji w 2016 roku Stowarzyszenia Łączy Nas Kanał Elbląski Lokalna Grupa Działania rozbieżnościami między tekstem jednolitym Planu komunikacji z lokalną społecznością w ramach animacji i zarządzania Lokalną Strategią Rozwoju Obszarów Wiejskich Kanału Elbląskiego (zał. nr 1 do UCHWAŁY NR XIX/1/8/2016) a tekstem jednolitym Lokalnej Strategii Rozwoju Obszarów Wiejskich Kanału Elbląskiego na lata 2016-2023 (zał. Nr 1 do UCHWAŁY NR XIX/1/9/2016), wprowadza się następujące korekty błędnych zapisów:

§ 1. W treści tekstu jednolitego Planu komunikacji z lokalną społecznością w ramach animacji i zarządzania Lokalną Strategią Rozwoju Obszarów Wiejskich Kanału Elbląskiego na lata 2016-2023, wprowadza się następujące korekty:

1. Dotychczasowy zapis PKT 1 otrzymuje brzmienie:

### „1. Główne cele komunikacyjne

Stowarzyszenie Łączy Nas Kanał Elbląski Lokalna Grupa Działania (KE LGD) przeprowadziła w marcu i kwietniu 2015 roku badania ewaluacyjne dotyczące Lokalnej Strategii Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2009-2015 (LSR OW KE 2009-2015). Zadano pytanie badawcze mające na celu rozpoznanie potrzeb i oczekiwań dotyczących nowej LSR OW KE 2016-2023. Ankietowani jednoznacznie wskazali, iż są zadowoleni z dotychczasowej działalności KE LGD (97,62% wskazań), jednak w analizie SWOT za jedną z najsłabszych stron KE LGD uznano komunikację (21,74% wskazań). W związku z wynikami badań oraz doświadczeniem KE LGD, jednym z kluczowych aspektów w okresie programowania 2014-2020 dla KE LGD jest zniwelowanie problemu komunikacji ze społecznością lokalną.

Głównymi celami działań komunikacyjnych jest skuteczna animacja i sprawne zarządzanie LSR poprzez:

1. [Informowanie o realizacji LSR OW KE 2016-2023.](#)
2. [Tworzenie warunków do uczestnictwa społeczności lokalnej w realizacji i aktualizacji LSR.](#)
3. [Promocja dobrych praktyk.](#)

W wyniku realizacji powyższych celów problem słabej komunikacji powinien zostać zniwelowany.”

2. Dotychczasowy zapis PKT 3, akapit pierwszy otrzymuje brzmienie:

„Głównymi adresatami działań komunikacyjnych KE LGD są wszyscy **mieszkańcy** terenu objętego LSR OW KE. Jednak, aby działania te były efektywne, wyodrębniono z nich najważniejsze grupy odbiorców. Podczas warsztatów strategicznych oraz konsultacji społecznych przeprowadzono badanie dotyczące nowej LSR OW KE. Wśród poruszonych wątków znalazło się także pytanie odnośnie tego do jakich grup powinny być szczególnie kierowane działania KE LGD. Dzięki badaniu ustalono, że do grup, które wymagają dodatkowych udogodnień należą przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, osoby poniżej 35 roku życia oraz osoby powyżej 50 roku życia, kobiety oraz bezrobotni. Można więc uznać, że te grupy będą wymagały także wzmocnionych działań komunikacyjnych ze względu na ich status grup defaworyzowanych.”.

3. Dotychczasowy zapis PKT 4, ppkt 4 otrzymuje brzmienie:

„4. Szkolenia Rady, pracowników Biura i organów KE LGD – 9 szkoleń z [wdrażania LSR OW KE 2016-2023 i ekonomicznego aspektu projektów.](#)”.

4. Dotychczasowy zapis PKT 4, ppkt 6 otrzymuje brzmienie:

„6. Konferencje informacyjno-promocyjne, 2 konferencje, 120 osób, w tym 18 członków Rady, organów i pracowników Biura.”.

5. Dotychczasowe zapisy PKT 5, ppkt 1, 4, 6, 12, 13, 14 otrzymują brzmienie:

#### „5. Planowane efekty działań komunikacyjnych

Każde z działań, które podjęte będzie przez KE LGD zaowocuje konkretnym wskaźnikiem produktu. Każde działanie przyczyni się do osiągnięcia wskaźnika rezultatu, które kształtują się następująco:

1. Z 1 strony internetowej KE LGD skorzysta 50.000 unikalnych użytkowników w okresie wdrażania LSR OW KE.
4. Szkolenia Rady, pracowników i organów KE LGD, 9 szkoleń, 162 osobodni, 18 osób podniesie świadomość Rady, pracowników i organów KE LGD z wdrażania LSR OW KE 2016-2023 i ekonomicznego aspektu projektów.
6. Poprzez zorganizowanie 2 konferencji, 3 dni, 60 osób, podniesie się świadomość co najmniej 120 osobom.
12. W wyniku upubliczniania 9 protokołów Rady 100 osób podniesie swoją świadomość na temat LGD i LSR.
13. Doradztwo – 400 porad zaowocuje 60 wnioskami o wsparcie z doradztwem pracowników Biura KE LGD.
14. Marketing szepcany wśród członków KE LGD – 100 osób rocznie zostanie poinformowanych o działaniach KE LGD.”.

6. Dotychczasowy zapis PKT 8, PPKT 3 otrzymuje brzmienie:

„3. Szkolenia beneficjentów operacji – 4.000 zł, 8 szkoleń, 160 osób w tym 15 osób z grup defaworyzowanych.”.

7. Wprowadza się następujące korekty językowe:

- a) PKT 2, akapit 3, ppkt 5 - „prace”, „przejrzyste”,
- b) PKT 4, ppkt 14 - „poinformują”,
- c) PKT 5, ppkt 16 - „złoży”,
- d) PKT 8, akapit 2 - „bezkosztowe”.

§ 2. Sprostowanie wprowadza się z datą podpisania.

Elbląg, 20 lipca 2016 roku

---

## Plan komunikacji z lokalną społecznością w ramach animacji i zarządzania Lokalną Strategią Rozwoju Obszarów Wiejskich Kanału Elbląskiego na lata 2016-2023

### 1. Główne cele komunikacyjne

Stowarzyszenie Łączy Nas Kanał Elbląski Lokalna Grupa Działania (KE LGD) przeprowadziła w marcu i kwietniu 2015 roku badania ewaluacyjne dotyczące Lokalnej Strategii Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2009-2015 (LSR OW KE 2009-2015). Zadano pytanie badawcze mające na celu rozpoznanie potrzeb i oczekiwań dotyczących nowej LSR OW KE 2016-2023. Ankietowani jednoznacznie wskazali, iż są zadowoleni z dotychczasowej działalności KE LGD (97,62% wskazań), jednak w analizie SWOT za jedną z najsłabszych stron KE LGD uznano komunikację (21,74% wskazań). W związku z wynikami badań oraz doświadczeniem KE LGD, jednym z kluczowych aspektów w okresie programowania 2014-2020 dla KE LGD jest zniwelowanie problemu komunikacji ze społecznością lokalną.

Głównymi celami działań komunikacyjnych jest skuteczna animacja i sprawne zarządzanie LSR poprzez:

1. Informowanie o realizacji LSR OW KE 2016-2023.
2. Tworzenie warunków do uczestnictwa społeczności lokalnej w realizacji i aktualizacji LSR.
3. Promocja dobrych praktyk.

W wyniku realizacji powyższych celów problem słabej komunikacji powinien zostać zniwelowany.

### 2. Działania komunikacyjne oraz środki przekazu

KE LGD planuje wiele działań, mających na celu informowanie oraz utrzymanie mobilizacji lokalnych społeczności przez cały okres wdrażania LSR OW KE 2016-2023. W celu jak najlepszego dopasowania do potrzeb odbiorców KE LGD przeprowadziło badanie w postaci ankiety internetowej dotyczącej środków komunikacji. Wyniki ankiety KE LGD wskazują na kontynuowanie dotychczasowych działań mających na celu obustronną komunikację z lokalnymi społecznościami jak i wdrożenie nowych, innowacyjnych sposobów docierania do mieszkańców, uwzględniając grupy wykluczonych oraz defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy. Kanały komunikacyjne jakimi będzie się posługiwało KE LGD to przede wszystkim Internet, kontakt bezpośredni, publikacje, listy adresowane, ogłoszenia parafialne, tablice ogłoszeń własne i partnerskich gmin.

Do działań komunikacyjnych, które KE LGD ma zamiar wdrożyć w realizacji LSR OW KE 2016-2023 zaliczamy:

1. **Strona internetowa.** <http://www.kanal-elblaski-lgd.pl> skierowana przede wszystkim do beneficjentów, potencjalnych beneficjentów oraz członków KE LGD z przekierowaniem na stronę <http://www.kanalelblaski.eu> przeznaczoną głównie dla turystów i mieszkańców chcących poznać walory turystyczne regionu. W latach 2009-2015 było 52.166 unikalnych użytkowników. Działanie to przyczyni się do realizacji wszystkich celów działań komunikacyjnych.
2. **Facebook.** KE LGD posiada konto na portalu społecznościowym [www.facebook.com/pages/LGD-Kanał-Elbląski](http://www.facebook.com/pages/LGD-Kanał-Elbląski). Regularnie zamieszczane są tam informacje na temat samego Stowarzyszenia, środowiska w jakim funkcjonuje jak i regionu oraz informacje o wydarzeniach, organizowanych spotkaniach, szkoleniach, naborach wniosków, badaniach ankietowych, działaniach animacyjnych i promocyjnych. Umieszczane są zdjęcia z posiedzeń organów KE LGD, szkoleń i warsztatów, prowadzonych akcji, imprez, działań KE LGD, dzięki czemu poczynania Stowarzyszenia są transparentne. Planuje się nadal korzystać z tego środka komunikacji, gdyż daje on możliwość uzyskania informacji zwrotnej w postaci komentarzy i korespondencji. Skierowany jest on do wszystkich

mieszkańców mających dostęp do komputera z połączeniem do Internetu oraz osób zainteresowanych regionem. Zasięg zależy od częstotliwości zamieszczania informacji i ich atrakcyjności. Maksymalny dotychczasowy zasięg to ponad **3.000** odbiorców. Działanie to przyczyni się do realizacji wszystkich celów działań komunikacyjnych.

3. **Warsztaty i szkolenia.** Mają na celu poszerzenie wiedzy o możliwości pozyskiwania środków unijnych/publicznych oraz tworzenia własnych pomysłów na projekty. Skierowane będą do wszystkich mieszkańców mogących się ubiegać o dofinansowanie projektów, ze szczególnym uwzględnieniem przedsiębiorców oraz osób wykluczonych i defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy, do jednostek sektora finansów publicznych, organizacji pozarządowych. W latach 2009-2015 przeprowadzono **101** szkoleń, **2.929** osobodni. Planuje się **8** szkoleń, **160** osobodni. Działanie to przyczyni się do realizacji wszystkich celów działań komunikacyjnych.
4. **Wydawanie publikacji.** W okresie LSR OW KE 2006-2015, wydanych zostało **20** publikacji zwartych, **11** ofert produktu turystycznego, **12** questów, **1** ulotkę, **18** wzorów widokówek, **2** filmy w **129.864** egz. skierowanych do wielu grup odbiorców. KE LGD zamierza kontynuować wydawanie publikacji w celu komunikacji z różnymi grupami odbiorców, w tym m.in. mieszkańcami, członkami KE LGD, turystami, przedsiębiorcami, grupami defaworyzowanymi. Planuje się wydanie **8** Kronik – **160** egz. Działanie to przyczyni się do realizacji wszystkich celów działań komunikacyjnych.
5. **Skreślony.**
6. **Spotkania informacyjne i konsultacyjne.** KE LGD planowane są co najmniej raz na rok w czasie wdrażania LSR na lata 2016-2023 w każdej gminie, by poinformować o możliwości pozyskiwania środków oraz zebrać informacje zwrotne na temat oceny działań KE LGD, oceny wdrażania LSR oraz informacje na temat propozycji zmian we wdrażanym dokumencie. W latach 2009-2015 przeprowadzono **50** spotkań animacyjnych, **769** osobodni. Spotkania takie skierowane będą do mieszkańców gmin, szczególnie osób wykluczonych społecznie i defaworyzowanych. Łącznie **72** spotkania – **720** osobodni. Działania te przyczynią się do realizacji wszystkich celów komunikacyjnych.
7. **Skreślony.**
8. **Doradztwo indywidualne.** KE LGD planuje nieodpłatnie udzielać doradztwa wszystkim osobom zainteresowanym pozyskiwaniem środków w ramach LSR OW KE 2016-2023, zarówno w biurze, mejlowo jak i telefonicznie. Ten sposób komunikacji skierowanych jest do osób spełniających warunki przyznawania pomocy w ramach PROW 2014-2020 przy pomocy LSR OW KE, w szczególności osoby wykluczone i defaworyzowane. W latach 2009-2015 w Biurze KE LGD udzielono **777** porad. Planuje się udzielenie **400** porad. Działanie to przyczyni się głównie do realizacji celu 2.

Do nowych działań komunikacyjnych, jakie KE LGD planuje wdrożyć w ramach realizacji LSR OW KE 2016-2023 należą:

1. **Możliwość zaktualizowania LSR OW KE** przez mieszkańców. KE LGD planuje udostępnić przez cały okres wdrażania możliwość proponowania zmian w aktualnej LSR. Działanie to przyczyni się głównie do realizacji celu 4.
2. **Ankiety badawcze.** KE LGD zamierza za pomocą internetowych ankiet badawczych poznawać potrzeby i oczekiwania mieszkańców związane z animacją i realizacją LSR, monitoringiem i ewaluacją LGD i LSR.
3. **Zebrania i spotkanie wiejskie** organizowane przez Gminy oraz sesje Rad Gmin i Powiatów. KE LGD planuje coroczny udział w **12** zebraniach wiejskich, spotkaniach lub sesjach Rad Gmin i Powiatów (**72** spotkania).
4. **Tablice ogłoszeń własne, partnerskich gmin oraz powiatów, instytucji** związanych ze wsią i rolnictwem: Powiatowych Zespołów Doradztwa Rolniczego, Powiatowych Biur ARiMR, Placówek Terenowych KRUS, PUP, Punktów Informacji o Funduszach Strukturalnych, banków, instytucji i organizacji otoczenia biznesu. Do gmin i powiatów – członków KE LGD będą wysyłane gotowe ogłoszenia o prowadzonych naborach wniosków, potrzebie aktualizacji LSR, z prośbą o zamieszczanie na tablicach ogłoszeń i stronach internetowych (**144** tablic).
5. **Upublicznianie protokołów z posiedzeń Rady.** Aby prace Rady Stowarzyszenia Łączy Nas Kanał Elbląski Lokalnej Grupy Działania były jak najbardziej przejrzyste, planuje się upubliczniać protokoły z posiedzeń tego organu. Udostępnione one będą na stronie internetowej KE LGD. Planuje się upublicznić **9** protokołów Rady.
6. **Ogłoszenia parafialne.** Gotowe informacje o naborach wniosków będą rozsyłane do parafii z prośbą o ogłoszenie podczas ogłoszeń parafialnych przez **48** proboszczów.

Każde z powyższych działań jest atrakcyjne dla grup, do których zostały skierowane oraz przyczyniają się do wzmocnienia kapitału społecznego oraz przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu.

### 3. Główni adresaci

Głównymi adresatami działań komunikacyjnych KE LGD są wszyscy **mieszkańcy** terenu objętego LSR OW KE. Jednak, aby działania te były efektywne, wyodrębniono z nich najważniejsze grupy odbiorców. Podczas warsztatów strategicznych oraz konsultacji społecznych przeprowadzono badanie dotyczące nowej LSR OW KE. Wśród poruszonych wątków znalazło się także pytanie odnośnie tego do jakich grup powinny być szczególnie kierowane działania KE LGD. Dzięki badaniu ustalono, że do grup, które wymagają dodatkowych udogodnień należą przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, osoby poniżej 35 roku życia oraz osoby powyżej 50 roku życia, kobiety oraz bezrobotni. Można więc uznać, że te grupy będą wymagały także wzmożonych działań komunikacyjnych ze względu na ich status grup defaworyzowanych.

Pierwszą z grup docelowych są **członkowie KE LGD oraz beneficjenci**, którzy korzystali ze wsparcia w oparciu o LSR OW KE 2009-2015. Kontakt z tą grupą jest ułatwiony. Osoby te znają już KE LGD, często korzystają ze strony internetowej Stowarzyszenia, przeglądają wpisy na portalu społecznościowym, czy uczestniczą w spotkaniach, szkoleniach i warsztatach. Ponadto KE LGD ma możliwość kontaktowania się z takimi osobami przy pomocy poczty tradycyjnej jak i elektronicznej.

Drugą grupą docelową są **przedsiębiorcy**, którzy w badaniu zostali uznani za grupę, do której należy szczególnie skierować działania KE LGD. W okresie programowania PROW 2014-2020 50% środków LSR kierowana jest na rozwój przedsiębiorczości, dlatego będzie to kluczowa grupa docelowa w działaniach komunikacyjnych. Wielu przedsiębiorców współpracowało już z KE LGD, więc są świadomi, że informacje na temat uzyskiwania środków, można znaleźć na stronie internetowej Stowarzyszenia, telefonicznie, czy osobiście w Biurze KE LGD. Jednak, aby dotrzeć do większej liczby przedsiębiorców oraz potencjalnych przedsiębiorców informacje będą zamieszczane w PUP, w Urzędach Gmin, na spotkaniach w każdej z gmin. Ponadto informacja o LGD i LSR będzie dostępna w **Lokalnym Punkcie Informacyjnym Funduszy Europejskich w Elblągu**.

Kolejną grupą odbiorców są **organizacje pozarządowe (NGO)**. Do tej pory KE LGD dobrze współpracowało i komunikowało się z NGO. Współpraca ta będzie musiała zostać pogłębiona w ramach projektów grantowych. KE LGD planuje komunikować się z NGO poprzez stronę internetową, kontakt telefoniczny i osobisty, przesyłki adresowe do zidentyfikowanych organizacji pozarządowych oraz pocztą elektroniczną. Przedstawiciele tego sektora zapraszani będą na szkolenia oraz warsztaty. Informacje o środkach dostępnych dla organizacji pozarządowych będzie można znaleźć w Urzędach Gmin i Starostwach Powiatowych.

Następną grupą odbiorców są **osoby wykluczone i osoby defaworyzowane** ze względu na dostęp do rynku pracy. Jest to dość szeroka i specyficzna grupa. Z przeprowadzonego badania wynika, że takie osoby to najczęściej ludzie młodzi – poniżej 35 roku życia oraz osoby starsze – powyżej 50 roku życia. Ponadto do tej grupy można także zaliczyć kobiety, bez względu na wiek oraz osoby bezrobotne. Osoby wykluczone skorzystać będą mogły ze szkoleń, warsztatów, o których dowiedzą się ze strony internetowej, ogłoszeń w Urzędach Gmin. Osoby defaworyzowane ze względu na dostęp do rynku pracy to przeważnie osoby młode, bez doświadczenia lub osoby starsze. Środkiem komunikacji z takimi osobami będą ogłoszenia w Powiatowych Urzędach Pracy, spotkania w gminach na terenie wdrażania LSR OW KE 2016-2023.

### 4. Zakładane wskaźniki

KE LGD wykazało w LSR OW KE działania komunikacyjne związane z włączaniem społeczności lokalnej we wdrażanie oraz aktualizację LSR OW KE 2016-2023. Oznacza to, że KE LGD zobowiązało się również do zrealizowania wskaźników związanych z konkretnymi przedsięwzięciami. Kształtują się one następująco:

1. Przez cały okres wdrażania prowadzona będzie **1** strona internetowa przeznaczona dla szerokiego spektrum odbiorców, z możliwymi przerwami technicznymi.
2. Prowadzony będzie również **1** fanpages na [www.facebook.com/pages/LGD-Kanał-Elbląski](http://www.facebook.com/pages/LGD-Kanał-Elbląski).
3. Warsztaty, szkolenia i spotkania informacyjne odpowiadają na potrzeby mieszkańców i będą prowadzone dwa razy w roku przed naborami wniosków. Planuje się przeprowadzić co najmniej **8** szkoleń i warsztatów dla BO.
4. Szkolenia Rady, pracowników Biura i organów KE LGD – **9** szkoleń z [wdrażania LSR OW KE 2016-2023 i ekonomicznego aspektu projektów](#).
5. **Skreślony**.
6. Konferencje informacyjno-promocyjne, **2** konferencje, **120** osób, w tym **18** członków Rady, organów i pracowników Biura.



7. Kronika – 8 Tomów, 160 egz. dokumentujące wydarzenia i działania KE LGD oraz LSR OW KE.
8. **Skreślony.**
9. Spotkania informacyjne – udział w 12 zebraniach lub sesjach Rad Gmin i Powiatów raz na 12 miesięcy, czyli 72 w okresie wdrażania LSR OW KE 2016-2023, 720 uczestników.
10. Spotkania animacyjne – łącznie 24 w celu aktywizacji lokalnych społeczności pod kątem tworzenia organizacji pozarządowych oraz tworzenia planów odnowy miejscowości.
11. **Skreślony.**
12. Upublicznianie protokołów z posiedzeń Rady. Szacuje się, że udostępnionych będzie 9 protokołów z posiedzeń Rady w okresie wdrażania LSR OW KE 2016-2023.
13. Doradztwo pracowników w Biurze KE LGD - 400 osobom zainteresowanym złożeniem wniosków.
14. Promocja szeptana. Zakłada się, że członkowie LGD poinformują przynajmniej 1 osobę o działaniach LGD i LSR.
15. Ogłoszenia na tablicach ogłoszeń 12 gmin, powiatów, urzędów i instytucji związanych ze wsią i rolnictwem.
16. Ogłoszenia parafialne. Zakłada się, że 48 proboszczów poinformuje podczas ogłoszeń parafialnych o planowanych naborach wniosków w ramach realizacji LSR OW KE.

## 5. Planowane efekty działań komunikacyjnych

Każde z działań, które podjęte będzie przez KE LGD zaowocuje konkretnym wskaźnikiem produktu. Każde działanie przyczyni się do osiągnięcia wskaźnika rezultatu, które kształtują się następująco:

1. Z 1 strony internetowej KE LGD skorzysta 50.000 unikalnych użytkowników w okresie wdrażania LSR OW KE.
2. Poprzez fanpage LGD Kanał Elbląski na Facebook'u informacje dotrą do około 3 200 odbiorców w okresie wdrażania LSR OW KE 2016-2023.
3. W wyniku przeprowadzonych spotkań, szkoleń, warsztatów przeszkolonych będzie 160 osób, w tym 15 osób z grup defaworyzowanych.
4. Szkolenia Rady, pracowników i organów KE LGD, 9 szkoleń, 162 osobodni, 18 osób podniesie świadomość Rady, pracowników i organów KE LGD z wdrażania LSR OW KE 2016-2023 i ekonomicznego aspektu projektów.
5. **Skreślony.**
6. Poprzez zorganizowanie 2 konferencji, 3 dni, 60 osób, podniesie się świadomość co najmniej 120 osobom.
7. W wyniku druku Kroniki – 8 Tomów, 160 egz., zostanie 160 osób poinformowanych o działalności KE LGD.
8. **Skreślony.**
9. W wyniku udziału pracowników Biura KE LGD w zebraniach wiejskich, sesjach Rad Gmin i Powiatów 720 osób skorzysta ze spotkań informacyjno-konsultacyjnych.
10. Założonych zostanie co najmniej 6 organizacji pozarządowych lub grup nieformalnych oraz powstanie 6 planów odnowy miejscowości (podczas 24 spotkań animacyjnych, 240 osobodni).
11. **Skreślony.**
12. W wyniku upubliczniania 9 protokołów Rady 100 osób podniesie swoją świadomość na temat LGD i LSR.
13. Doradztwo – 400 porad zaowocuje 60 wnioskami o wsparcie z doradztwem pracowników Biura KE LGD.
14. Marketing szeptany wśród członków KE LGD – 100 osób rocznie zostanie poinformowanych o działaniach KE LGD.
15. Zakłada się, że w wyniku informacji na 144 tablicach ogłoszeń zostanie poinformowanych 100 osób.
16. Szacuje się, że w wyniku ogłoszeń parafialnych 80 osób zainteresuje się naborem i złoży 8 wniosków.

## 6. Analiza efektywności

Wszystkie działania komunikacyjne przeprowadzane przez KE LGD będą podlegały okresowej analizie efektywności. Wszystkie przewidziane działania komunikacyjne mniej lub bardziej bezpośrednio przyczyniają się do realizacji LSR OW KE 2016-2023. Skuteczność Planu komunikacji w głównej mierze będzie mierzona stopniem zrealizowania LSR OW KE oraz wykorzystaniem środków. Jednak, aby precyzyjnie odnieść się do każdego z narzędzi komunikacji, analizie będą podlegały także pojedyncze działania. Najważniejszym wyznacznikiem skuteczności poszczególnych działań będą informacje uzyskiwane od beneficjentów składających wnioski o przyznanie pomocy. Dzięki temu będzie można ustalić jakie są najważniejsze kanały komunikacyjne, które najskuteczniej trafiają do odbiorców. Dzięki takim informacjom, będzie można skorygować środki przekazu stosowane przez KE LGD, przesuując intensywność i środki z mniej skutecznych do bardziej skutecznych działań. Niewykluczone, że w wyniku takiej analizy powstaną nowe kanały dystrybucji informacji.

Na bieżąco monitorowane będzie stopień zrealizowania wskaźników założonych w Planie komunikacji. W przypadku strony internetowej oraz fanpage'u na Facebook'u monitorowana będzie ilość dodawanych artykułów oraz wejścia na strony i artykuły. Uczestnicy szkoleń będą otrzymywali certyfikaty ich ukończenia. Dokumentem będą listy obecności na spotkaniach wiejskich. Wydawane publikacje będą odnotowywane na listach rozpowszechniania. Raz w roku będzie przeprowadzana ankieta internetowa, przez którą każda zainteresowana osoba będzie mogła poddać ocenie zastosowane środki komunikacji oraz zaproponować zmiany czy też nowe kanały dystrybucji informacji. Uzyskane wyniki będą służyć do aktualizowania i zmieniania Planu komunikacji, by dostosować go do bieżących potrzeb społeczności lokalnej, w tym osób wykluczonych i defaworyzowanych.

## 7. Opis wniosków lub opinii

KE LGD planuje także odrębne działania mające na celu pozyskanie opinii o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR. Raz w roku przeprowadzana będzie ankieta internetowa badająca dotychczasowe działania związane z funkcjonowaniem KE LGD oraz realizacją LSR OW KE. Badane będzie zadowolenie z dotychczasowej pracy LGD oraz badana będzie jakość zarówno Planu komunikacji, jak i samej LSR. Przewiduje się także ankiety po każdym szkoleniu, warsztatach, spotkaniach informacyjnych, organizowanych przez KE LGD. Badaniu zostaną poddane procedury wdrażania LSR. Każdy beneficjent będzie zobowiązany do sporządzenia karty monitoringu, co posłuży do bieżącej oceny stopnia realizacji LSR OW KE, a beneficjenci będą mieli sposobność wypowiedzenia się nt. swoich uwag związanych z wdrażaniem LSR. W przypadku, gdy zadowolenie społeczne będzie na niskim poziomie, zostaną podjęte kroki do poprawy akceptacji społecznej. Pomysły zebrane podczas badania zostaną wdrożone, by poprawić funkcjonowanie KE LGD oraz wdrażanie LSR OW KE. Wyniki przeprowadzonych rocznych badań będą upubliczniane na stronie internetowej KE LGD, z kolei wyniki badań dotyczących szkoleń, warsztatów, spotkań informacyjnych organizowanych przez KE LGD będą unifikowane, a zbiorcze wyniki również zostaną udostępnione na stronie internetowej KE LGD.

## 8. Całkowity budżet przewidywany na działania komunikacyjne

Środki przeznaczone na komunikację ze społecznością lokalną przewidziane są w Działaniu 19.4 Aktywizacja w wysokości **81 000 zł**, co będzie skutkowało **55.398** poinformowanych, w tym **70** złożonych wniosków:

1. Strona internetowa – **42.000 zł**, **1** www, **50.000** unikalnych użytkowników.
2. Fanpages na Facebook'u – bezkosztowo, **2** art. x 8 lat x 200, **3 200** unikalnych odbiorców.
3. Szkolenia beneficjentów operacji – **4.000 zł**, **8** szkoleń, **160** osób w tym **15** osób z grup defaworyzowanych.
4. Szkolenia Rady, pracowników Biura i organów KE LGD – **4.500 zł** – **18** osób, **9** szkoleń, **162** osobodni.
5. **Skreślony.**
6. Konferencje – **14.500 zł**, 2 konferencje, **3** dni – otwierająca i zamykająca wdrażanie LSR OW KE 2016-2023, w której łącznie będzie uczestniczyło **120** osób, **180** osobodni.
7. Kroniki KE LGD – **16.000 zł**, **8** Tomów, **160** odbiorców.
8. **Skreślony.**
9. Spotkania na poziomie gmin – **72** spotkania raz na 12 miesięcy w każdej gminie, **720** uczestników.
10. Animacja społeczna – **24** spotkania ze społecznością lokalną w celu aktywizacji pod kątem zakładania organizacji pozarządowych oraz tworzenia planów odnowy miejscowości – **240** osobodni, **6** nowych NGO i **6** POM.
11. **Skreślony.**
12. Protokoły Rady – bezkosztowo, **100** poinformowanych.
13. Doradztwo beneficjentom – bezkosztowo, planuje się **400** udzielonych porad w Biurze KE LGD.
14. Marketing szeptany – bezkosztowo, **100** poinformowanych.
15. Tablice ogłoszeń – bezkosztowo, **100** poinformowanych.
16. Ogłoszenia parafialne – bezkosztowo – **80** poinformowanych.

Część działań nie ma przypisanego budżetu. Mimo, iż są to działania komunikacyjne, to koszty wynagrodzeń pracowników nie są uwzględnione w Planie komunikacji, gdyż nie da się określić jaka część wynagrodzeń powinna być wyodrębniona z „kosztów bieżących” na rzecz „aktywizacji”. Dlatego też czynności pracowników Biura KE LGD w Planie komunikacji będą ujęte jako „**bezkosztowe**”.

*Elbląg, 20 lipca 2016 roku*