

Plan komunikacji z lokalną społecznością – załącznik nr 7 do wniosku o wybór LSR

Systematyczne rozwijanie potencjału społeczności lokalnych do świadomego osiągania celów strategii można uzyskać poprzez stworzenie warunków do ciągłego, systematycznego, aktywnego i szeroko rozumianego uczestnictwa społeczności lokalnych w bieżącym wdrażaniu LSR. Warunkiem skutecznego zaangażowania społeczności lokalnej w realizację LSR jest skuteczna (obustronna) komunikacja.

Zaplanowane działania komunikacyjne muszą dotyczyć wszystkich EFSI finansujących LSR.

1. Prezentacja głównych celów i przesłanek leżących u podstaw opracowania planu komunikacji

Plan komunikacyjny stanowiący załącznik do niniejszej strategii został opracowany na podstawie wniosków, które pojawiły się w czasie przygotowania LSR oraz zostały skonsultowane z członkami i mieszkańcami LGD. Główne cele działań komunikacyjnych Stowarzyszenia „LGD7-Kraina Nocy i Dni” zostały opracowane w wyniku przeprowadzonej analizy potrzeb oraz problemów komunikacyjnych w trakcie konsultacji społecznych, oraz otrzymanego raportu ewaluacji zewnętrznej przeprowadzonej w 2022 r.

Analizie poddano także dane, jakie pozyskano z monitoringu prowadzonego systematycznie przez LGD. Działania te, szczególnie podlegały na ankietowaniu. Oceniono m.in. proces komunikacji w biurze LGD (ankieta dot. funkcjonowania biura LGD), ocena prowadzonych szkoleń oraz doradztwa.

W/w działania pokazały iż:

- działania informacyjne prowadzone były w sposób przyczyniający się do skutecznego realizowania celów i przedsięwzięć określonych w LSR;
- działania informacyjne prowadzone były w sposób zróżnicowany i zapewniły dotarcie informacji;
- interesanci LGD7 bardzo pozytywnie ocenili funkcjonowanie LGD, doradztwo prowadzone przez pracowników oraz organizowane szkolenia.

Przyjęte główne cele działań komunikacyjnych:

- informowanie

Pierwszym i podstawowym celem planu komunikacji jest informowanie: rzetelne, dostosowane do grupy odbiorców, odpowiednio skompensowane zarówno pod względem treści jak i czasu przekazywania. Proces informowania będzie trwał przez cały okres realizacji lokalnej strategii rozwoju, zmianie będzie ulegał jedynie rodzaj przekazywanych informacji oraz środki przekazu. Na samym początku rola informacji skupiać się będzie na rozpropagowaniu celów strategii i poszczególnych jej działań.

Następnie zaplanowane jest szeroko zakrojone i możliwie intensywne przekazywanie informacji na temat terminów i rodzajów ogłaszanych konkursów oraz zasad w ramach, których beneficjenci będą mogli aplikować o środki finansowe. Od skuteczności tej informacji zależeć będzie nie tylko ilość złożonych wniosków, ale również ich jakość i różnorodność.

Kulminacja działań informacyjnych pojawi się pod koniec wdrażania lokalnej strategii rozwoju w celu wypromowania najlepszych przedsięwzięć, projektów, pomysłów, uzyskanych rezultatów z ich wdrażania.

- uzyskanie informacji zwrotnej

Komunikowanie byłoby niepełne, gdyby działało tylko w jedną stronę. W żadnym wypadku nie możemy mieć poczucia spełnienia obowiązku komunikacji, jeśli nie dowiemy się czy nasz odbiorca rzeczywiście otrzymał pożądane wiadomości, czy je zrozumiał, i w jaki sposób się do nich odniósł oraz co pomyślał. Ze względu na poszczególne grupy odbiorców i różnorodność informacji do przekazania musimy mieć pewność, że nasza komunikacja jest skuteczna, inaczej, że nadawca i odbiorca w identyczny sposób rozumieją przekaz i potrafią skutecznie na niego odpowiedzieć. Z punktu widzenia realizacji LSR jest to o tyle ważny element komunikacji z lokalną społecznością, że w przypadku konieczności dokonywania jakichkolwiek zmian, czy nawet drobnych korekt w strategii niezbędna jest opinia i konsultacje z lokalną społecznością. Dlatego tak ważne jest badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dotyczące jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji.

2. Opis działań komunikacyjnych i grup docelowych oraz środków przekazu, w tym działań podejmowanych w przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD.

- a) Głównym celem planu komunikacji powinna być pomoc w osiąganiu głównych założeń Lokalnej Strategii Rozwoju kierowanej przez społeczność. Należy podjąć takie działania, które przekonają społeczność lokalną, że warto aktywnie uczestniczyć w bieżącej jej realizacji.

Do skutecznych działań komunikacyjnych zaliczono:

- kampanie informacyjne
- warsztaty dostosowane do różnych grup odbiorców
- spotkania informacyjno -szkoleniowe
- ankieta-badania satysfakcji mieszkańców, beneficjentów
- stosowanie zachęt do realizowania operacji innowacyjnych poprzez utworzenie bazy innowacji

- b) Adresatami poszczególnych działań będą:

- wszyscy potencjalni wnioskodawcy w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jsfp
- osoby w niekorzystnej sytuacji określone w LSR – osoby niepełnosprawne oraz ich opiekunowie, kobiety, migranci, rolnicy niskotowarowi, osoby poszukujące zatrudnienia
- grupy docelowe szczególnie istotne z punktu widzenia LSR – osoby młode do 25 roku życia, seniorzy.

- c) W ramach działań komunikacyjnych zostaną zaangażowane różne środki przekazu:

- oficjalna strona internetowej LGD
- mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich
- portal społecznościowy - Fanpage LGD
- media o zasięgu lokalnym
- ankieta
- bezpośrednie spotkania.

Działania te realizują cele związane z:

- Poinformowaniem potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (informowanie o głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)
 - przeprowadzeniem kampanii informacyjnej dot. obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI
-

- Podniesieniem poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji
- Podniesieniem poziomu wiedzy i umiejętności mieszkańców z zakresów tematycznych poszczególnych warsztatów
- Poinformowaniem potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji
- Uzyskaniem wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych
- Poinformowaniem potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie
- Poinformowaniem potencjalnych wnioskodawców o zasadach oraz korzyściach płynących ze stosowania innowacyjnych rozwiązań przy realizacji projektów

3. Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych

Szczegółowy opis wskaźników wraz z kosztem finansowania zamieszczono w tabeli poniżej.

4. Opis sposobu, w jaki będzie analizowana efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu (w tym tryb korygowania planu komunikacji)

Efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu będzie sprawdzana i analizowana poprzez system monitoringu: realizacja wskaźników, planu finansowego i rzeczowego, ocena wysyłanych ankiet.

Wyniki badań z zakresu podejmowanych działań komunikacyjnych czy realizacji założonych celów i osiągnięcia efektów w tym zakresie przekazywane będą m.in. Radzie LGD i członkom LGD, mogą być upubliczniane na lokalnych portalach internetowych, stronie internetowej LGD i portalu społecznościowym.

Tryb korygowania planu komunikacji.

W sytuacji, gdy przeprowadzone badania wykażą, iż cele bądź efekty nie są osiągnięte, zorganizowane zostanie spotkanie konsultacyjne Pracowników Biura i członków Zarządu połączone z analizą danych pochodzących z ankiet oraz innych źródeł dostarczających informacji o jakości działań informacyjnych LGD, określonych w planie komunikacyjnym. Biuro analizuje dane i przygotowuje dane oraz wnioski na spotkanie konsultacyjne. Zarząd LGD podejmuje decyzje o zmianach w tym planie, tak by odzwierciedlały potrzeby grup docelowych. Przewiduje się np. nasilenie działań informacyjnych czy wprowadzenie nowych form i działań komunikacyjnych, zmiana i dobór narzędzi informacyjnych stosowanych w planie komunikacji.

Podjęte działania mają służyć poprawie jakości i skuteczności działań informacyjnych LGD określonych w planie komunikacyjnym.

5. Indykatory budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem głównych kategorii wydatków

Koszty sfinansowania poszczególnych elementów planu komunikacji zostały oszacowane oraz uwzględnione w budżecie Stowarzyszenia „LGD7-Kraina Nocy i Dni”.

Całkowity budżet prowadzonych działań komunikacyjnych zaplanowano na kwotę 14 600 Euro.

Szczegółowy budżet planu komunikacji zamieszczono w tabeli poniżej.

Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet – ze wskazaniem źródła finansowania	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jsfp	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	<u>Wskaźnik:</u> Artykuł zamieszczony na stronie LGD (ilość: 1), aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Nie generuje kosztów	Monitoring oglądalności strony LGD
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)	Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalach społecznościowych - fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych (ilość:2) Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość:2) <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR	Nie generuje kosztów	Monitoring oglądalności strony LGD, ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach	Spotkania informacyjno – szkoleniowe dotyczące	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy,	- Spotkania informacyjno-szkoleniowe	<u>Wskaźnik:</u> Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (ilość: 13),	6 600 euro: 1) 600 euro – EFRR	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach

pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów	przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jsfp, grupy osób w niekorzystnej sytuacji		w tym minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wniosków <u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	2) 1 200 euro – EFS+ 3) 4 800 euro PS WPR	informacyjno-szkoleniowych
Zaznajomienie potencjalnych uczestników – osoby młode do 25 r. ż. – z wiedzą z zakresu strzelectwa sportowego	Warsztaty dla osób młodych z zakresu strzelectwa sportowego	Wszyscy potencjalni uczestnicy, w szczególności osoby młode do 25 r. ż.	- Spotkania warsztatowe	<u>Wskaźnik:</u> Organizacja spotkań warsztatowych (ilość 2) <u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy i umiejętności mieszkańców z zasadami wykonywania fotografii	1 200 euro: PS WPR	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych
Zaznajomienie potencjalnych uczestników – kobiety, osoby młode do 25 r. ż. – z wiedzą z zakresu wykonywania fotografii	Warsztaty dla osób młodych z zakresu fotografii	Wszyscy potencjalni uczestnicy, w szczególności osoby młode do 25 r. ż.	- Spotkania warsztatowe	<u>Wskaźnik:</u> Organizacja spotkań warsztatowych (ilość 2) <u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy i umiejętności mieszkańców z zasadami wykonywania fotografii	1 000 euro PS WPR	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych
Zaznajomienie potencjalnych uczestników – kobiety, seniorzy pow. 60 r. ż. - ze sposobami wytwarzania ozdób z rękodzieła	Warsztaty dla kobiet, seniorów z zakresu rękodzieła	Wszyscy potencjalni uczestnicy, w szczególności seniorzy - osoby powyżej 60 r. ż	- Spotkania warsztatowe	<u>Wskaźnik:</u> Organizacja spotkań warsztatowych (ilość 3) <u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy i umiejętności mieszkańców w zakresie wytwarzania ozdób z rękodzieła	2100 euro PS WPR	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych

Zaznajomienie potencjalnych uczestników – seniorów pow. 60 r. ż. – z obsługi komputera, Internetu oraz aplikacji przydatnych w codziennym funkcjonowaniu	Warsztaty dla seniorów z zakresu obsługi komputera, Internetu oraz aplikacji przydatnych w codziennym funkcjonowaniu	Wszyscy potencjalni uczestnicy, w szczególności seniorzy - osoby powyżej 60 r. ż	- Spotkania warsztatowe	<u>Wskaźnik:</u> Organizacja spotkań warsztatowych (ilość 2) <u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy i umiejętności mieszkańców w zakresie obsługi komputera, Internetu oraz aplikacji przydatnych w codziennym funkcjonowaniu	1 200 euro PS WPR	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych
Zaznajomienie potencjalnych uczestników – osoby niepełnosprawne wraz z opiekunami – ze sposobami wytwarzania ozdób z rękodzieła	Warsztaty dla osób niepełnosprawnych oraz ich opiekunów z zakresu rękodzieła	Wszyscy potencjalni uczestnicy, w szczególności osoby niepełnosprawne oraz ich opiekunowie	- Spotkania warsztatowe	<u>Wskaźnik:</u> Organizacja spotkań warsztatowych (ilość 2) <u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy i umiejętności mieszkańców w zakresie wytwarzania ozdób z rękodzieła	1 400 euro PS WPR	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych
Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Beneficjenci oraz wnioskodawcy	- Doradztwo indywidualne/ szkolenia	<u>Wskaźnik:</u> Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart/ewidencji udzielonego doradztwa:269/ Liczba szkoleń:12 <u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Nie generuje kosztów	Karta / ewidencja udzielonego doradztwa/ Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu

Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków	Potencjalni wnioskodawcy – w zależności od naboru	-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich -Informacje na portalach społecznościowych – fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (ilość: 14) Informacje na portalach społecznościowych oraz mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 14) <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Nie generuje kosztów	Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa
Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji	Wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji	- Ankieta wypełniana po doradztwie	<u>Wskaźnik:</u> Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów (ilość: 189) <u>Efekt:</u> Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych	Nie generuje kosztów	Badanie ankietowe
Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania	Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD -Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalu społecznościowym LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (ilość: 2) Informacja na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 2)	Nie generuje kosztów	Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów

				<u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie		
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach oraz korzyściach płynących ze stosowania innowacyjnych projektów	Stosowanie zachęt do realizowania operacji innowacyjnych poprzez utworzenie bazy innowacji zawierającej informacje na temat zasad oceny innowacyjności w projektach, a także przykłady dobrych praktyk z kraju poświęcone realizacji operacji innowacyjnych w ramach LSR	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jsfp, grupy osób w niekorzystnej sytuacji	- Baza innowacji udostępniona na oficjalnej stronie internetowej LGD	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (ilość: 1) <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach oraz korzyściach płynących ze stosowania innowacyjnych rozwiązań przy realizacji projektów	Nie generuje kosztów	Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków zawierających elementy innowacyjne na obszarze LGD