

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

Systematyczne rozwijanie potencjału społeczności lokalnych do świadomego osiągnięcia 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 LGD zostały opracowane w wyniku przeprowadzonej analizy potrzeb/problemów komunikacyjnych w trakcie konsultacji społecznych oraz przeprowadzonych dyskusji na ten temat wśród członków i mieszkańców.

Cele główne Planu komunikacji to:

1. Informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR
2. Promocja realizacji LSR i dobrych praktyk realizacji LSR
3. Zwiększenie zaangażowanie mieszkańców w działalność LGD

Z racji braku możliwości wdrażania LSR w perspektywie 2014-2020, LGD widzi konieczność intensyfikacji działań o charakterze informacyjnym i promocyjnym dla społeczności lokalnej. Wykorzystana będzie współpraca z samorządami lokalnymi - LGD będzie zamieszczać najważniejsze informacje bieżące i dotyczące naborów oraz działań aktywizacyjnych na stronach internetowych i na portalach społecznościowych gmin członkowskich.

Pozostałe formy komunikacji ze społecznością: media społecznościowe, newsletter i materiały w prasie gminnej. Ważną formą komunikacji ze społecznością lokalną będzie działalność członków LGD, którzy są naturalnymi ambasadorami partnerstwa.

Do nich informacje będą docierać bezpośrednio, a z racji ich zaangażowania w różne rodzaje działalności, będą animować społeczność lokalną do działań w ramach LGD.

Wykorzystanie mediów społecznościowych pozwala na bezpośredni kontakt z odbiorcami komunikacji. W wyborze medium LGD będzie się kierowała preferencjami wiekowymi - młodzież częściej korzysta z YouTube albo Tik Tok lub Instagram, starsze pokolenia chętniej sięgają po Facebook lub portale lokalne.

Osoby z niepełnosprawnościami i ich opiekunowie będą informowani o planowanych przez LGD działaniach poprzez gminne ośrodki pomocy społecznej i organizacje działające na ich rzecz, również te, które są członkami LGD. Daje to gwarancję skutecznej komunikacji.

Działania planowane do realizowania:

- działania informacyjne w różnorodnej formie i przystępnej treści przekazu,
- realizacja szkoleń z zakresu zasad aplikowania o środki finansowe, a także ich rozliczania, w celu zwiększenia skuteczności aplikowania,
- prowadzenie działań zachęcających potencjalnych beneficjentów do korzystania z pomocy doradczej świadczonej przez LGD,
- kontynuowanie działań mających na celu stałe podnoszenie rozpoznawalności LGD i realizowanych przez nią działań
- skierowanie działań na rzecz sieciowania podmiotów z terenu LGD
- animacja społeczności lokalnej, w tym osób w niekorzystnej sytuacji określonej w LSR.

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 osiągnięciu 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:

- kampania informacyjna
- Bezpośrednie spotkania
- Badania satysfakcji mieszkańców, beneficjentów
- Badania funkcjonowania biura LGD

- b) Adresatami poszczególnych działań będą:

- osoby fizyczne w tym młodzież i seniorzy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, instytucje, rolnicy
- osoby w niekorzystnej sytuacji określone w LSR – osoby z niepełnosprawnościami i ich opiekunowie.

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

Najbardziej efektywnymi kanałami przekazu są:

- portale społecznościowe i strona internetowa. Dzięki temu nastąpi m.in.:

- poinformowanie społeczności lokalnej, w szczególności potencjalnych wnioskodawców o wszystkich wydarzeniach LGD Dolina Samy oraz realizowanym LSR – informowanie o głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach
- przeprowadzenie kampanii informacyjnej dot. obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI

- poinformowanie o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny stosowanych przez Radę i zasadach realizacji projektów
 - poinformowanie o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji, szkoleniach, doradztwach
- artykuł w gminnej prasie – gdzie zostanie przedstawiona informacja o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania, np. podsumowanie pod koniec roku działalności LGD Dolina Samy.
- maile, będące środkiem przekazywania m.in. ankiet do wypełnienia z przeprowadzonego szkolenia, doradztwa czy też zaproszeń na spotkania informacyjno-szkoleniowe
- imprezy masowe (promocyjno-aktywizujące organizowane przez LGD, udział LGD w lokalnych wydarzeniach/imprezach)

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

Szczegółowy opis wskaźników wraz z kosztem finansowania zamieszczono w tabeli (załącznik nr 1)

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

Realizacja planu komunikacji zakłada jego bieżące dostosowywanie do procesu wdrażania LSR i obejmuje wprowadzanie zmian polegających na realizacji w danym okresie tych działań komunikacyjnych, które dotyczą realizowanych przez LGD działań.

Zastosowane w planie komunikacji działania oraz wykorzystane środki przekazu podlegać będą cyklicznym badaniom przynoszonych efektów oraz – związanej z nimi – racjonalności budżetowej. Dodatkowo, większość zaplanowanych narzędzi komunikacji przewiduje otrzymanie informacji zwrotnej lub aktywny udział mieszkańców. W przypadku stwierdzenia, że któreś z działań komunikacyjnych nie przynosi pożądanych efektów, przewiduje się zastosowanie planu naprawczego. Polegać on będzie na modyfikacji dotychczasowych praktyk komunikacyjnych lub zastąpieniu ich nowymi, które w ocenie LGD będą bardziej odpowiednie dla osiągnięcia wyznaczonych celów. Przed wprowadzeniem każdej modyfikacji w ramach planu naprawczego, LGD może podjąć takie działania jak: poinformowanie odbiorców planu komunikacyjnego (za pomocą stron internetowych oraz portali społecznościowych), konsultowanie propozycji z mieszkańcami, beneficjentami oraz grupami docelowymi – za pomocą ankiet oraz podczas otwartych spotkań konsultacyjnych.

Plan komunikacji przewiduje działania dotyczące zbierania informacji o funkcjonowaniu LGD oraz poziomu zadowolenia z realizacji LSR. W przypadku stwierdzenia niezadowolenia z metod wdrażania LSR oraz nieprzychylności wobec działań podejmowanych przez LGD, konieczne będzie wdrożenie środków zaradczych. Przewiduje się wśród nich przede wszystkim: organizację spotkań przedstawicieli LGD z mieszkańcami i beneficjentami oraz przeprowadzenie badań ankietowych, a także przyjmowanie uwag bezpośrednio w Biurze LGD. Po zebraniu opinii i wysłuchaniu uwag LGD będzie zobowiązana do odniesienia się do otrzymanych informacji zwrotnych, przygotowanie

propozycji zmian zawartych w aktualizacji LSR oraz ponowne skonsultowanie ich (tymi samymi metodami) ze społecznością lokalną.

4. Indykatywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem głównych kategorii wydatków

Koszty sfinansowania poszczególnych elementów planu komunikacji zostały oszacowane oraz uwzględnione w budżecie LGD Dolina Samy.

Całkowity budżet prowadzonych działań komunikacyjnych zaplanowano na kwotę 2 350 €.

Szczegółowy budżet planu komunikacji zamieszczono w tabeli (załącznik nr 1).

Czerwiec, 17.07 2023

PREZES ZARZĄDU

Karolina Miarka
Karolina Miarka

Ryszard Lubka
Ryszard Lubka

Skarbnik
Skarbnik

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 źródeł finansowania	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
<p>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</p> <p>Termin 2024-2029</p>	<p>Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszarów, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jsfp</p>	<p>- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuł zamieszczony na stronie LGD (ilość: 1), aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	<p>0 €</p>	<p>Monitoring oglądalności strony LGD</p>
<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)</p>	<p>Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR</p>	<p>Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszarów LGD, w tym także</p>	<p>- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalach społecznościowych - fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych i portalu społecznościowym facebook (ilość: 2)</p> <p>Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 1)</p>	<p>Koszty zarządzania</p> <p>100 € EFFFROW/ 100 € EFSI/ 50 € EFRR</p>	<p>Monitoring oglądalności strony LGD, ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana</p>

Termin 2024-2029		przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji				pozyskała wiedzę o LGD
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów Termin 2024-2029	Spotkania informacyjno-szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jsfp, grupy osób w niekorzystnej sytuacji	- Spotkania informacyjno-szkoleniowe	<u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR <u>Wskaźnik:</u> Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (ilość: 15), w tym minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wniosków <u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	Koszty zarządzania 250 € EFFROW/ 300 € EFS/ 200 € EFRR	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych
Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów Termin 2024-2029	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 (ilość: 50) Liczba szkoleń - 15 <u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	0 €	Karta / ewidencja udzielonego doradztwa/ Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu

<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji</p> <p>Termin 2024-2029</p>	<p>Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków</p>	<p>Potencjalni wnioskodawcy – w zależności od naboru</p>	<p>-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich -Informacje na portalach społecznościowych - facebook – LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym 	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (ilość: 75)</p> <p>Informacje na portalach społecznościowych (facebook) (ilość – 15) oraz mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 15)</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji</p>	<p>Koszty zarządzania</p> <p>500 € EFFROW/ 300 € EFS/ 200 € EFRR</p>	<p>Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa</p>
<p>Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadzonego przez LGD</p>	<p>Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadzonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji</p>	<p>Wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji</p>	<p>- Ankieta wypełniana po doradztwie</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów (ilość: 50)</p> <p><u>Efekt:</u> Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych</p>	<p>0 €</p>	<p>Badanie ankietowe</p>

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 (facebook) oraz w mediach o zasięgu lokalnym	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych – LGD i gmin (ilość: 5) Informacja na portalach społecznościowych - facebook oraz w mediach o zasięgu lokalnym (ilość:2) <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie	Koszty zarządzania 150 € EFFROW/ 100 € EFS/ 100 € EFRR	Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów
--	--	------------------------	--	---	--	---

Cerekwia / 17.01.2023

PREZES ZARZĄDU

K. Miarka
Karolina Miarka

Ryszard Lubka
Ryszard Lubka
Skarbnik

Stowarzyszenie
Lokalna Grupa Działania
Dolina Sarny
Ul. Szamotulska 7 - 62-090 Cerekwica
NIP 77730744403 - 6300003000-300050377

PREZES ZARZĄDU

K. Miarka
Karolina Miarka

Ryszard Lubka

Ryszard Lubka
Skarbnik