

Plan komunikacji z lokalną społecznością
Stowarzyszenie „Solidarni w Partnerstwie”

Plan komunikacji z lokalną społecznością jest dokumentem określającym reguły prowadzenia działań informacyjno – promocyjnych przez Stowarzyszenie „Solidarni w Partnerstwie” w odniesieniu do środków pomocowych Unii Europejskiej – EFSI.

Głównym celem Planu komunikacji z lokalną społecznością jest stworzenie warunków i możliwości, które umożliwią aktywne i ciągłe zaangażowanie lokalnej społeczności w bieżący proces wdrażania LSR, nie tylko na etapie opracowania dokumentu. Działania komunikacyjne zostały dostosowane do wszystkich grup docelowych, zwłaszcza tych istotnych z perspektywy realizacji LSR, zapewniając przyjazne metod komunikacji. Etap budowy LSR pozwolił na pozyskanie informacji dotyczących najdogodniejszych i najbardziej skutecznych form komunikacji.

Opracowany Plan komunikacji zawiera niezbędne elementy wynikające z obowiązujących Wytycznych w tym m.in.: propozycje działań, które zapewnią skuteczne zaangażowanie lokalnej społeczności; przedstawienie głównych celów i motywacji jakie legły u podstaw jego opracowania; identyfikację grup docelowych, planowane środki przekazu; konkretne działania komunikacyjne; przykłady działań jakie zostaną podjęte w przypadku problemów z realizacją LSR lub braku wsparcia społecznego dla działań LGD; wskaźniki rezultatów i oczekiwane efekty działań komunikacyjnych; sposób oceny skuteczności działań komunikacyjnych; zasady ewentualnej aktualizacji Planu komunikacji; obowiązki komunikacyjne beneficjentów, wynikające z odpowiednich przepisów, oraz wymogi dotyczące wizualizacji w zakresie PS dla WPR na lata 2023-2027; planowany budżet, z uwzględnieniem głównych kategorii wydatków.

Główne cele planu komunikacji:

- Wzrost świadomości i wiedzy mieszkańców z obszaru LGD na temat założeń LSR.
- Informowanie i uzyskiwanie informacji zwrotnej o stanie realizacji LSR, w tym stopniu osiągania celów, wskaźników oraz informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, w tym kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR
- Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny jakości doradztwa i działań promocyjno - informacyjnych świadczonych przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych zmian w tym zakresie.
- Szerokie włączenie mieszkańców reprezentujących różne sektory i grupy interesów w proces wdrażania oraz monitoringu i ewaluacji LSR.
- Szczególne uwzględnienie grup osób w niekorzystnej sytuacji – kobiet, osób starszych i młodzieży do 25 roku życia w zakresie informowania i uzyskiwania informacji zwrotnej na temat wdrażania LSR i realizowanych operacji.

Społeczność lokalna chce mieć realny wpływ na to, co dzieje się na „jej” obszarze zatem plan komunikacji został dostosowany do wyrażanych potrzeb i preferencji mieszkańców w tym potrzeb seniorów i osób młodych oraz osób w niekorzystnej sytuacji (kobiet).

Sposób komunikacji został tak zaplanowany aby przekaz był czytelny dla każdego odbiorcy. W przypadku seniorów oraz mieszkańców obszarów po-PGR, które w pewnym zakresie mogą być wykluczone cyfrowo i komunikacyjnie, dostępna będzie papierowa wersja formularzy, która będzie dostarczona do miejsc publicznych znajdujących się w najbliższej odległości od miejsca zamieszkania. Osoby te będą mogły wyrazić swoją opinię podczas konsultacji telefonicznej czy w mobilnym punkcie konsultacyjnym. Z kolei w przypadku osób młodych najdogodniejszą formą wyrażenia opinii będzie strona internetowa LGD, portal społecznościowy.

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.

- 1) Zakładane działania komunikacyjne to: kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI, kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR, kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków, informowanie na temat warunków i sposobów realizacji rozliczania projektów, spotkania informacyjno – szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji, badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji, kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR (np. stworzenie bazy innowacji na stronie internetowej LGD)
- 2) W poszczególnych działaniach komunikacyjnych wskazano zdefiniowanych adresatów tych działań:
 - kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, w tym także zdiagnozowane w LSR grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jsfp
 - kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR - potencjalni wnioskodawcy; w szczególności rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także zdiagnozowane w LSR grupy osób w niekorzystnej sytuacji;
 - kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków - potencjalni wnioskodawcy – w zależności od naboru: rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także zdiagnozowane w LSR grupy osób w niekorzystnej sytuacji;
 - informowanie na temat warunków i sposobów realizacji rozliczania projektów - Beneficjenci oraz wnioskodawcy: rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe

i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także zdiagnozowane w LSR grupy osób w niekorzystnej sytuacji;

- spotkania informacyjno – szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jsfp, w tym także zdiagnozowane w LSR grupy osób w niekorzystnej sytuacji;
- 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: rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także zdiagnozowane w LSR grupy osób w niekorzystnej sytuacji;

3) Środki przekazu jakie zostaną użyte w ramach działań komunikacyjnych to: strona internetowa LGD, portal społecznościowy - fanpage LGD, strony internetowe gmin członkowskich, mailing, media o zasięgu lokalnym (gazeta internetowa, radio), spotkania informacyjno-szkoleniowe, ankiety, ogłoszenia na tablicach ogłoszeniowych.

Dodatkowym elementem będzie stworzenie na stronie internetowej bazy dobrych praktyk w zakresie innowacji. Będzie to jednocześnie promocja ciekawych rozwiązań, które mają realny wpływ na rozwój obszaru ale również zachęta dla potencjalnych beneficjentów do tworzenia nowych produktów, usług, procesów lub organizacji.

LGD jest otwarta na wdrożenie nowych form komunikacji jeżeli pojawi się taka potrzeba chociażby w przypadku migrantów. Na ten moment potrzeby w tym zakresie nie były zgłaszane, jednakże w momencie pozyskania takiej informacji, zostanie ona poddana pod konsultacje.

Plan komunikacji z lokalną społecznością będzie podlegał monitoringowi i ewaluacji. Każdorazowo będzie dokonywana ocena skuteczności podejmowanych działań tj. czy zakładany cel komunikacji został osiągnięty czy została wywołana zakładana zmiana oraz zostaną zaproponowane środki zaradcze w przypadku gdy działania okażą się nieskuteczne.

Załącznik nr 7 do wniosku o wybór LSR

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:3), aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Koszty ujęte w ramach kosztów bieżących - praca bieżąca w Biurze LGD	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	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalach społecznościowych - fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym <i>*rekomenduje się</i>	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych (ilość 32) Informacje w mediach o zasięgu lokalnym np. radio, gazeta internetowa (ilość: 4) <u>Efekt:</u>	400 EUR - z PS WPR 200 EUR, z EFRR 100 EUR, z EFS+ 100 EUR	Monitoring oglądalności strony LGD, ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD

Załącznik nr 7 do wniosku o wybór LSR

		sytuacji	<i>aby LGD korzystała z minimum 2 środków przekazu, z czego 1 nie będzie stroną internetową administrowaną przez LGD. Celem działania ma być dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców.</i>	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR		
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów	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>Wskaźnik:</u> Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (ilość: 20), w tym minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wniosków <u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	Całkowity budżet 4 400 EUR, w tym 2 900 EUR z PS WPR, 1000 EUR z EFRR, 500 EUR z EFS+	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych

Załącznik nr 7 do wniosku o wybór LSR

Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Beneficjenci oraz wnioskodawcy	- Doradztwo indywidualne/szkolenie	<u>Wskaźnik:</u> Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie ewidencji udzielonego doradztwa 200 osób Liczba szkoleń - 5 <u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Koszty ujęte w ramach kosztów bieżących - praca bieżąca w Biurze LGD (doradztwo) Szkolenia: całkowity budżet 2 500 EUR, w tym 1 500 EUR z PS WPR, 500 EUR z EFRR, 500 EUR z EFS+	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 <i>*rekomenduje się aby LGD korzystała z minimum 2 środków przekazu, z czego 1 nie będzie</i>	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (ilość: 70) Informacje na portalach społecznościowych oraz mediach o zasięgu lokalnym np. radio, gazeta internetowa (ilość: 16) <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Całkowity budżet: 3 300 EUR, w tym 3 000 EUR z PS WPR, 200 EUR z EFRR, 100 EUR z EFS+	Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa

Załącznik nr 7 do wniosku o wybór LSR

			<i>stroną internetową administrowaną przez LGD. Celem działania ma być dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców</i>			
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: 200) <u>Efekt:</u> Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych	Koszty ujęte w ramach kosztów bieżących - praca bieżąca w Biurze LGD	Badanie ankietowe. Podjęcie działań naprawczych w przypadku niezadowolającej oceny wynikającej z ankiet.
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: 36) Informacja na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym (ilość:6) <u>Efekt:</u> Poinformowanie	Całkowity budżet: 1 320 EUR, w tym 880EUR z PS WPR, 220 EUR z EFRR, 220 EUR z EFS+	Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów

Załącznik nr 7 do wniosku o wybór LSR

			<i>*rekomenduje się aby LGD korzystała z minimum 2 środków przekazu, z czego 1 nie będzie stroną internetową administrowaną przez LGD. Celem działania ma być dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców.</i>	potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie		
--	--	--	---	---	--	--