

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

Plan komunikacji z lokalną społecznością na lata 2023-2027 (PK) jest dokumentem określającym reguły prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych przez Lokalną Grupę Działania Krajna Złotowska (LGD) w odniesieniu do środków pomocowych Unii Europejskiej – EFSI.

Prace nad projektem Planu Komunikacji rozpoczęto w Biurze LGD. W procesie opracowania planu uczestniczyli mieszkańcy obszaru ze wszystkich sektorów partnerskich.. W celu odzwierciedlenia oczekiwań mieszkańców obszaru zastosowano w trakcie prac nad planem komunikacji różne narzędzia partycypacyjne.

Zebrane uwagi poddane zostały analizie przez Zespół roboczy(koordinatorzy gminni), który wskazał jakie uwagi i zmiany zostały uwzględnione, a jakie nie i dlaczego. W tworzeniu dokumentu wykorzystano również doświadczenia z poprzedniego okresu programowania na lata 2014-2020, które zostały zawarte w Raporcie ewaluacji zewnętrznej wdrażanej LSR. U podstaw PK leży przekonanie, że dobra komunikacja jest konieczna, aby sprawnie i dobrze zrealizować zadania wynikające z Umowy Ramowej dotyczącej LSR. Warunkiem skutecznego zaangażowania społeczności lokalnej w realizację LSR jest skuteczna (obustronna) komunikacja. Możliwie szeroki udział społeczności lokalnych z obszaru działań LGD jest istotny nie tylko w fazie opracowywania LSR, ale także w trakcie jej wdrażania (tj. prowadzenia konkursów na wybór operacji realizujących cele LSR, wdrażania projektów grantowych, a także innych działań, w szczególności aktywizacyjnych).

Główne cele planu komunikacyjnego określone podczas konsultacji:

- Stworzenie spójnego, jednolitego, przejrzystego i pozytywnego wizerunku LSR.
- Wzrost świadomości i wiedzy mieszkańców LGD na temat założeń LSR.
- Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny jakości doradztwa i działań promocyjno - informacyjnych świadczonych przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie.
- Informowanie i uzyskiwanie informacji zwrotnej o stanie realizacji LSR, w tym o stopniu osiągnięcia 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.
- Szerokie włączenie mieszkańców reprezentujących różne sektory i grupy interesów w proces wdrażania oraz monitoring i ewaluacji LSR.
- **Szczególne uwzględnienie grup osób w niekorzystnej sytuacji – kobiet, osób niepełnosprawnych, osób starszych 50+, osób do 30 roku życia, a także osób długotrwale bezrobotnych w zakresie informowania i uzyskiwania informacji zwrotnej na temat wdrażania LSR i realizowanych operacji.**

Stowarzyszenie LGD Krajna Złotowska będzie na bieżąco informować 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.

1. 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) **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 oraz o rozliczenie realizowanych operacji oraz podczas imprez lokalnych lub podczas imprez targowych.

b) **Udział społeczności lokalnych oraz wyodrębnionych z niej grup interesariuszy w procesie komunikacji będzie szeroki i co do zasady otwarty.** Główną grupą docelową działań komunikacyjnych są beneficjenci i potencjalni beneficjenci pomocy. Działania komunikacyjne są sprofilowane zgodnie z ich potrzebami i są wynikiem ustaleń i wniosków ze społecznych konsultacji. Najważniejszą zasadą komunikacji jest przekazywanie im w odpowiednim czasie, z odpowiednim wyprzedzeniem rzetelnej i wystarczającej informacji:

- potencjalni beneficjenci otrzymują rzetelną informację, która pomoże podjąć im decyzję, co do udziału w konkursach, w tym informacje dotyczące kryteriów wyboru projektów oraz informacje o zobowiązaniach wynikających z podpisania umowy dotacyjnej;
- w trakcie realizacji projektu beneficjenci otrzymują kompleksową informację pozwalającą im na sprostanie wymaganiom realizacji projektu oraz informację na temat ewentualnych zmian, jeśli takie zmiany mają miejsce.

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;**
 - imprezy lokalne lub targowe - wszyscy mieszkańcy obszaru, **w tym także zdiagnozowane w LSR grupy osób w niekorzystnej sytuacji;**
- c) **Środki przekazu jakie zostaną użyte w ramach działań komunikacyjnych to:** strona internetowej LGD, portal społecznościowy - fanpage LGD, strona internetowa gmin członkowskich, mailing, media o zasięgu lokalnym, spotkania informacyjno-szkoleniowe, ankiety, ogłoszenia na tablicach ogłoszeniowych w urzędach gmin.

Zakłada się, że intensyfikacja przekazu dotyczącego praktycznych aspektów realizacji zapisów dokumentu przełoży się na zwiększenie zaangażowania społeczności lokalnej w działalność LGD, a tym samym pozytywnie wpłynie na jakość zgłaszanych operacji i wniosków. Planowane działania

mają wzbudzić zainteresowanie oraz zachęcić potencjalnych beneficjentów do aplikowania o środki, zwiększając liczbę zrealizowanych inwestycji, a przez to wzmocnić konkurencyjność i atrakcyjność Lokalnej Grupy Działania. Celem działań komunikacyjnych jest ponadto utrwalenie i pogłębienie akceptacji i przychylności mieszkańców obszaru LGD dla realizacji LSR na lata 2023-2027. Podjęte założenia wynikają bezpośrednio z doświadczeń związanych z realizacją poprzedniej strategii (wyniki badań ewaluacyjnych), a także propozycji i uwag zgłaszanych przez uczestników otwartych spotkań informacyjno-konsultacyjnych. W toku analiz oraz dyskusji zidentyfikowano dotychczasowe problemy z komunikacją i promowaniem działalności LGD. Zaproponowany plan komunikacji ma za zadanie zlikwidować dotychczasowe niedostatki komunikacyjne, a także zagwarantować dwustronność przekazu oraz umożliwiać pozyskania informacji zwrotnej od mieszkańców.

Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych

Przystawione w poniższej tabeli zakładane wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych, za których osiągnięcie może ponosić pełną odpowiedzialność (np. w przypadku kampanii informacyjnych, LGD zobowiązuje się do zamieszczania artykułów na stronie internetowej organizacji oraz informacja na portalach społecznościowych 7 szt, wysyłanie informacji pocztą elektroniczną oraz informacja w mediach lokalnych . Zaplanowane są organizacje spotkań tematycznych do zorganizowania 8 spotkań i zaproszenia np. spotkania informacyjno-szkoleniowe dotyczące przygotowania ,realizacji i rozliczenia operacji. 15-30 osób na każde spotkanie oraz do przedstawienia prezentacji na dany temat. Koszty sfinansowania poszczególnych elementów planu komunikacji muszą.

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

LGD zaplanowała i opisała cykliczne badanie stosowanych środków przekazu i zaproponowanych działań komunikacyjnych pod kątem osiągnięcia planowanych efektów a także racjonalnego wykorzystania budżetu planu komunikacji. **W przypadku stwierdzenia, że któreś z działań komunikacyjnych nie przynosi pożądanego efektów**, Wnioski, opinie, komentarze, raporty opisujące wyniki ankiet zostaną podane do publicznej wiadomości, a beneficjentom, którzy realizują operacje zostaną dodatkowo dostarczane w formie mailowej. W przypadku zaistnienia istotnych problemów z wdrażaniem LSR, także potencjalnego pojawienia się sytuacji niesatysfakcjonującej akceptacji społecznej (np. metod wdrażania LSR albo konkretnych działań podejmowanych przez LGD lub konieczności przeprowadzenia „rewizji” pewnych zamierzeń i planów LGD, których realizacja będzie dawała szansę na przywrócenie społecznego poparcia, zorganizowane zostaną ponowne spotkania konsultacyjne, które zweryfikują wnioski z poprzednich konsultacji społecznych mających miejsce w momencie tworzenia LSR, i wyeliminują bądź złagodzą elementy LSR, które zakłócają bądź utrudniają realizację LSR. Będzie to jeden z etapów wyjściowych, na bazie których będzie można dokonać procesu aktualizacji zapisów LSR.

Indykatorywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem głównych kategorii wydatków

Stowarzyszenie oszacowało całkowity koszt prowadzonych działań komunikacyjnych i wskazało w tabeli główne kategorie wydatków.

Planując budżet uwzględniono rzeczywisty koszt, który trzeba ponieść w celu wykonania - realizacji Planu komunikacji źródła finansowania ze wszystkich dostępnych funduszy. W przypadku działań wspólnych ich koszt winien być ponoszony proporcjonalnie do udziału danego funduszu w budżecie przeznaczonym na wdrażanie LSR. W przypadku działań komunikacyjnych dotyczących poszczególnych EFSI (np. spotkanie informacyjne dotyczące danego naboru wniosków), źródłem ich finansowania jest ten fundusz, którego dotyczy działanie.

Koszty zaplanowane w planu komunikacji zamieszczone zostały w tabeli poniżej. W przypadku zmian wynikających w trakcie realizacji planu komunikacji przewidziano modyfikację tabeli o proponowane przez LGD inne cele i działania komunikacyjne.

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
<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestzeżenia obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizaualizacji w zakresie PS WPR</p>	<p>Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, 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 szt.), aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	<p>0,00€</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 obszaru LGD, w tym także przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin - czlonkowskich - Informacje na portalach społecznościowych - fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> - Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych (ilość: 7 szt.) - wysłanie informacji pocztą elektroniczną (80 szt.) - Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 1 szt.)</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR</p>	<p>550,00€ 250 € - WPR 200 € - EFRR 100 € - EFS+</p>	<p>Monitoring oglądalności strony LGD, ankietą prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD</p>

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
<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów</p>	<p>Spotkania informacyjno – szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jsfp, grupy osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>- Spotkania informacyjno-szkoleniowe</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (ilość: 8 szt.), w tym minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wniosków</p> <p><u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji</p>	<p>2 400,00€ 1 400,-€ - WPR 400 € - EFRR 600,00 € - EFS+</p>	<p>Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych</p>
<p>Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów</p>	<p>Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów</p>	<p>Beneficjenci oraz wnioskodawcy</p>	<p>Doradztwo indywidualne/ szkolenia</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart/ ewidencji udzielonego doradztwa (100 os.)/liczba szkoleń (ilość: 12)</p> <p><u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów</p>	<p>0,00€</p>	<p>Karta / ewidencja udzielonego doradztwa/ Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu</p>

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 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) - media o zasięgu lokalnym	<u>Wskaźnik:</u> - Artykuły na stronach internetowych (ilość:8 szt.) - informacje wysłaną pocztą elektroniczną (80 szt.) - Informacje na portalach społecznościowych (12 szt.) - media o zasięgu lokalnym (6 szt.) <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	460,00€ 300 € - WPR 80 € - EFRR 80 € - EFS+	Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa
Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadzonego przez LGD	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadzonego 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: 70 szt. ankiet zwrotnych od wnioskodawców i beneficjentów) <u>Efekt:</u> Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych	0,00€	Badanie ankietowe

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 mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania	Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	<ul style="list-style-type: none"> - Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin - członkowskich - Informacje na portalu społecznościowym LGD - media o zasięgu lokalnym 	<p><u>Wskaźnik:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Artykuły na stronach internetowych (ilość: 8 szt.) - Wystanie informacji pocztą elektroniczną (70 szt.) - Informacja na portalach społecznościowych (ilość: 1 szt.) - media o zasięgu lokalnym (ilość: 4) <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie</p>	460,00€ 300 € - WPPR 80 € - EFRR 80 € - EFS+	Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów

Stowarzyszenie
Lokalna Grupa Działania
Kraina Złotowska
Aleja Piasta 32, 77-400 Złotów
NIP 7671700685, REGON: 36138501000000

Prezes Zarządu
Przemysław Kurdzielko

Skarbnik Zarządu
Grzegorz Dziękoś