

KATEGORIA NR 2 DO USTAWY NR 00075. UMIS. 6572. 20021 2023

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

Plan komunikacji z lokalną społecznością na lata 2024-2027 jest dokumentem określającym reguły prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych przez Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Kraina Trzech Rzek w odniesieniu do środków pomocowych Unii Europejskiej - EFSI dla rozwoju obszaru działania LGD.

Prace nad projektem Planu komunikacji rozpoczęto w Biurze LGD, zapraszając do udziału w procesie opracowywania planu mieszkańców obszaru, reprezentujących wszystkie sektory partnerskie. Opis procesu tworzenia i konsultacji PK został ujęty w rozdziale III niniejszej Strategii (Partycypacyjny charakter LSR). Dokument był tworzony oddolnie i zawiera elementy wskazane przez respondentów w ankietach papierowych i elektronicznych, propozycje i uwagi zgłaszane przez mieszkańców w punkcie konsultacyjnym (Biuro LGD) oraz podczas spotkań grupy roboczej. W trakcie prac nad planem komunikacji zastosowano różne narzędzia partycypacyjne w celu odzwierciedlenia oczekiwań mieszkańców obszaru LGD. W procesie tworzenia niniejszego dokumentu wykorzystano także dotychczasowe doświadczenia związane z wdrażaniem poprzedniej strategii, które zawarto w Raplocie końcowym (ewaluacji zewnętrznej realizacji LSR na lata 2014-2020 dla obszaru Lokalnej Grupy Działania Kraina Trzech Rzek) z 2022 r. W toku dyskusji zidentyfikowano również dotychczasowe problemy z komunikacją. Wśród najważniejszych źródeł informacji mieszkańcy wskazywali: internet (portale społecznościowe, stronę internetową LGD i gmin członkowskich), media o zasięgu lokalnym (radio, prasa lokalna). Z doświadczenia pracowników biura wynika, że do skutecznych metod informowania można zaliczyć również bezpośredni kontakt z lokalnymi liderami, którzy są naturalnym źródłem przepływu informacji w swoich miejscowościach. Podstawą Planu komunikacji jest założenie, że dobra komunikacja jest konieczna, aby sprawnie i dobrze realizować zadania wynikające z Umowy Ramowej dotyczącej LSR. Ponadto skuteczna (obustronna) komunikacja, a więc stały kontakt z mieszkańcami jest też istotnym warunkiem efektywnego, skutecznego zaangażowania lokalnej społeczności we wdrażanie Strategii. Dlatego też możliwie szeroki udział społeczności lokalnej zapewniono w fazie opracowywania LSR, ale również przewidziano w trakcie jej realizacji- podczas prowadzenia konkursów na wybór operacji realizujących cele Strategii, wdrażania projektów grantowych czy działań aktywizacyjnych).

Główne cele planu komunikacyjnego określone podczas konsultacji:

- Stworzenie spójnego, przejrzystego, jednolitego i pozytywnego wizerunku LSR.
- Wzrost świadomości i wiedzy mieszkańców LGD na temat założeń LSR.
- Informowanie i uzyskiwanie informacji zwrotnej o stanie realizacji LSR, w tym o stopniu osiągnięcia celów, wskaźników
- Bieżące informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, w tym o 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 korekt w tym zakresie.
- Szerokie włączenie mieszkańców reprezentujących różne sektory i grupy interesów w proces wdrażania oraz monitoringu i ewaluacji LSR.
- Zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD
- Szczególne uwzględnienie grup osób w niekorzystnej sytuacji – **kobiet**, w zakresie informowania i uzyskiwania informacji zwrotnej na temat wdrażania LSR i realizowanych operacji.
- Dotarcie z informacją do **młodych ludzi i seniorów** poprzez spotkania z przedstawicielami Młodzieżowych Rad Gmin oraz Rad Seniorów

Realizując poszczególne metody angażowania społeczności lokalnej LGD 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.

1.1 Zakładane działania komunikacyjne za pomocą których LGD zamierza skutecznie dotrzeć do lokalnych społeczności i przekonać je, iż warto aktywnie uczestniczyć w bieżącej realizacji LSR: 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 i 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.

1.2 Udział społeczności lokalnych oraz wyodrębnionych z niej grup adresatów- interesariuszy w procesie komunikacji będzie możliwie 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, a także są wynikiem ustaleń i wniosków ze społecznych konsultacji. Naczelną zasadą komunikacji jest przekazywanie im w odpowiednim czasie (z odpowiednim wyprzedzeniem) rzetelnej, przejrzystej, zrozumiałej i kompletnej informacji:

- potencjalni beneficjenci otrzymują pełną informację umożliwiającą podjęcie decyzji w zakresie wzięcia 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 sprostać wymaganiom realizacji projektu, a także informacje 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, jsfp, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, w tym także zdiagnozowane w LSR grupy osób w niekorzystnej sytuacji (kobiety),
- 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 i 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, jsfp, mieszkańcy obszaru, w tym także zdiagnozowane w LSR grupy osób w niekorzystnej sytuacji – **kobiety, młodzi ludzie oraz seniorzy;**
- 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;

1.3 Środki przekazu jakie zostaną użyte w ramach działań komunikacyjnych to: strona internetowa LGD, portal społecznościowy- fanpage LGD, strona internetowa gmin członkowskich, mailing, media o zasięgu lokalnym, spotkania informacyjno-szkoleniowe, ankiety, ogłoszenia na tablicach ogłoszeniowych w LGD i urzędach gmin czy udział LGD w lokalnych wydarzeniach, imprezach.

Dodatkowo na stronie internetowej LGD utworzono panel konsultacyjny jako internetowe narzędzie komunikacji z lokalną społecznością, który w procesie tworzenia LSR służył do zgłaszania nowych pomysłów oraz uwag mieszkańców. Natomiast w procesie wdrażania LSR ułatwi mieszkańcom obszaru aktywne, ciągłe włączanie się w działania realizowane przez LGD. Ta metoda partycypacji jest szczególnie istotna dla młodych mieszkańców obszaru oraz kobiet, które często są mniej mobilne ze względu na swoje obowiązki. Z kolei w stosunku do osób starszych, informacje o realizowanych działaniach dodatkowo będą przekazywane poprzez bezpośredni kontakt z Klubami Seniora, Uniwersytetem III Wieku oraz z podmiotami działającymi na rzecz seniorów.

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 też wzbudzić zainteresowanie oraz zachęcić potencjalnych beneficjentów do aplikowania o środki, zwiększając tym samym liczbę zrealizowanych inwestycji, co wzmocni konkurencyjność i atrakcyjność obszaru LGD Kraina Trzech Rzek. Ponadto celem działań komunikacyjnych jest utrwalenie oraz pogłębienie akceptacji, 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 w ankietach czy przez uczestników otwartej przestrzeni (punktu informacyjno-konsultacyjnego). W toku analiz oraz dyskusji zidentyfikowano dotychczasowe problemy z komunikacją i promowaniem działalności LGD. Zaproponowany plan komunikacji przygotowany przez Zespół Roboczy w oparciu o wyżej opisane metody partycypacyjne ma za zadanie zlikwidować dotychczasowe niedostatki komunikacyjne, a także zagwarantować dwustronność przekazu i umożliwić pozyskiwanie informacji zwrotnej od mieszkańców.

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

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

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

LGD planuje cyklicznie sprawdzać i analizować efektywność oraz skuteczność działań komunikacyjnych, stosowane środki przekazu poprzez system monitoringu: realizację wskaźników, planu finansowego i rzeczowego, ocenę wysyłanych ankiet. W przypadku stwierdzenia, że któreś z działań komunikacyjnych nie przynosi pożądanych efektów, przewiduje się zastosowanie planu naprawczego- skorygowania planu komunikacyjnego. Plan naprawczy będzie polegać na zmodyfikowaniu przyjętych metod, praktyk komunikacyjnych- udoskonaleniu lub zastąpieniu ich nowymi, które w ocenie LGD będą bardziej odpowiednie dla osiągnięcia wyznaczonych celów. Przed każdorazowym wprowadzeniem modyfikacji w ramach planu naprawczego przewiduje się poinformowanie adresatów planu komunikacyjnego, a także zebranie zwrotnych komunikatów w ramach konsultacji z mieszkańcami. Ponadto w przypadku stwierdzenia niezadowolenia z metod realizacji LSR czy nieprzychylności wobec braku działań podejmowanych przez LGD konieczne będzie wdrożenie środków zaradczych (przewiduje się: zorganizowanie spotkań przedstawicieli LGD z mieszkańcami i beneficjentami, 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 ze społecznością lokalną za pomocą stron internetowych, portali społecznościowych, jak i konsultowanie propozycji z mieszkańcami, beneficjentami oraz adresatami działania komunikacyjnego (grupami docelowymi) – za pomocą ankiet.

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

Koszty sfinansowania poszczególnych elementów planu komunikacji zostały oszacowane oraz uwzględnione w budżecie LGD Kraina Trzech Rzek.

Całkowity budżet prowadzonych działań komunikacyjnych zaplanowano na kwotę 3000 Euro.

Szczegółowy budżet planu komunikacji zamieszczono w poniższej tabeli.

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 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>Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności: ci 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: ci rolnicy, jsfp przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także przedstawiciele grup osób w</p>	<p>- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalach społecznościowych - fanpage LGD - Informacje w mediach o zasięgu</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> W każdym roku realizacji LSR: - Artykuł na stronie internetowej LGD (ilość: 1 szt.) - Artykuły na stronach internetowych gmin członkowskich (ilość: 8 szt.) - Artykuł na portalu społecznościowym (ilość: 1 szt.) - Wysłanie informacji pocztą elektroniczną (100 szt.)</p>	<p>0,00 €</p>	<p>Monitoring oglądalności strony LGD, ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD</p>

		niekorzystne i sytuacje	lokalnym	- Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 1 szt.) <u>Efekt:</u> 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: ci rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jstf, grupy osób i niekorzystnej sytuacji – kobiety, osoby młode oraz seniorzy	- Spotkania informacyjno-szkoleniowe	<u>Wskaźnik:</u> Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (ilość: 1), w tym minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wniosków <u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	1600,00 € (PS WPR-974,50 €/EFS+ 375,50 €/EFRR 250,00 €)	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 i wnioskodawcy	- Doradztwo indywidualne	<u>Wskaźnik:</u> Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart/ewidencji udzielonego doradztwa (ilość: 50 w każdym roku realizacji operacji), liczba szkoleń (minimum 1 w każdym roku realizacji operacji) <u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i	0,00 €	Karta/ewidencja udzielonego doradztwa Ankieta po przeprowadzonym doradztwie

<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji</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 - Mailing - Informacje na stronach internetowych gmin członkowskich -Informacje na portalach społecznościowych – fanpage LGD -Informacje w mediach o zasięgu lokalnym -Spotkania z Młodzieżowymi Radami Gmin - Spotkania z Radami Seniorów</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> W roku w którym jest ogłaszany nabór wniosków: - Artykuł na stronie internetowej LGD (ilość: 1 szt.) - Wystanie informacji pocztą elektroniczną (100 szt.) - Artykuły na stronach internetowych gmin członkowskich (ilość: 8 szt.) - Artykuł na portalu społecznościowym (ilość: 1 szt.) - Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 1 szt.) - notatka ze spotkania (1 szt.)</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach i możliwości realizacji operacji</p>	<p>1400,00 €</p> <p>(PS WPR- 852,50 €/EFS+ 328,50 €/EFRR 219,00 €)</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 świadczonego przez LGD</p>	<p>Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego 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 szt. w każdym roku realizacji LSR)</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>0,00 €</p>	<p>Badanie ankietowe</p>
<p>Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania</p>	<p>Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR</p>	<p>Mieszkańcy obszaru LGT</p>	<p>- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing - Informacje na stronach internetowych gmin członkowskich - Informacje na portalu społecznościowym LGD - Informacje w mediach o zasięgu lokalnym</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> - Artykuł na stronie internetowej LGD (ilość: 1 szt.) - Wysłanie informacji pocztą elektroniczną (100 szt.) - Artykuły na stronach internetowych gmin członkowskich (ilość: 8 szt.) - Informacje na portalu społecznościowym LGD (ilość: 1 szt.) - Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 1 szt.)</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie</p>	<p>0,00 €</p>	<p>Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów</p>

Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania:
Kraina Trzech Rzek
ul. Marsz. J. Piłsudskiego 76, 64-600 Obornik
Nr KRS 0000311997, NIP: 606006569E
REGON: 301012220, tel. 883 777 91E
e-mail: biuro@kraina3rzek.pl, www.kraina3rzek.pl

PREZES ZARZĄDU
M. Najdek
Małgorzata Najdek

PREZES ZARZĄDU
M. Najdek
Małgorzata Najdek

PREZES ZARZĄDU
M. Najdek
Małgorzata Najdek

