

Prezentacja **głównych celów** i przesłanek leżących u podstaw opracowania Planu komunikacji z lokalną społecznością.

Aktywizacja oraz partycypacja interesariuszy i lokalnej społeczności wokół LSR to kluczowe priorytety LGD, leżące u podstaw opracowania Planu komunikacji z lokalną społecznością. Priorytety te zostaną osiągnięty poprzez realizowanie głównych celów Planu komunikacji z lokalną społecznością:

1. Kampania informacyjna nt. nowej LSR i wsparcia skierowanego do przedsiębiorców, organizacji pozarządowych i mieszkańców – rozpoczęcie wdrażania LSR.
2. Włączenie mieszkańców obszaru LGD, zwłaszcza grup w niekorzystnej sytuacji do realizacji LSR – możliwości uzyskania dofinansowania do realizacji projektów, promocja członkostwa w LGD.
3. Przeprowadzenie konsultacji z beneficjentami oraz podniesienie jakości składanych i realizowanych projektów - spotkania szkoleniowo-informacyjne prowadzone w ramach poszczególnych naborów, ze szczególnym uwzględnieniem projektów innowacyjnych, bezpośrednio konsultacje projektów, a wcześniej pomysłów projektowych.
4. 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 - informacje na stronie internetowej LGD, aktywność w mediach społecznościowych, informowanie poprzez media poszczególnych gmin (strony www, gazety lokalne, tablice ogłoszeniowe).
5. Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o zasadach przyznawania dofinansowania, interpretacji poszczególnych dokumentów obowiązujących w danym naborze oraz zasad korzystania z doradztwa w biurze LGD - konsultacje (warsztatowe, na www i robocze) kluczowych dokumentów i ich zmian.
6. Zwiększenie wykorzystania zasobów lokalnych w projektach potencjalnych beneficjentów LSR.
7. Zachęcenie beneficjentów/potencjalnych beneficjentów do składania projektów innowacyjnych oraz projektów w partnerstwie - robocze kontakty z przedstawicielami różnych sektorów.
8. Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej jakości doradztwa świadczonego przez LGD oraz jakości stosowanych metod komunikacyjnych - badanie opinii beneficjentów.
9. Zweryfikowanie i skorygowanie LSR w tym Planu Komunikacji w związku z problemami z jej realizacją/lub niskim poparciem społecznym dla realizowanych działań przez zarząd w przypadku stwierdzenia zaistniałej sytuacji – działania informacyjne ukierunkowane na odpowiednie grupy docelowe, tak aby dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców, publikacje na stronach internetowych, lokalnych

portalach, tablicach ogłoszeń, przekazanie ogłoszeń do lokalnych liderów i sołtysów, zmiany w LSR i Planie komunikacji dokonywane przez zarząd.

10. Zwiększenie liczby inicjatyw zgłaszanych przez członków dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR – konsultacje.

11. Poinformowanie o efektach realizacji LSR - okresowe akcje promujące dotychczasowe rezultaty wdrażania 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 itd.**

Konkretne działania, nastawione na lokalną społeczność takie jak kampania informacyjna (strona www, lokalne media, tablice ogłoszeniowe, spotkania informacyjne) nt. LSR i uzyskania możliwego wsparcia skierowanego do przedsiębiorców, organizacji pozarządowych i mieszkańców, mają zwiększyć zaangażowanie lokalnej społeczności w działania prowadzone przez LGD, przez co może zwiększyć się liczba zrealizowanych projektów oraz podniesienie poziomu konkurencyjności i atrakcyjności całego obszaru LGD. Monitorowanie efektywności planu komunikacji będzie odbywać się w sposób ciągły, a aktualne informacje na ten temat (liczba zrealizowanych projektów, wartość uzyskanych dotacji) będą publikowane na stronie internetowej LGD. W planie komunikacji są przewidziane działania, które będą miały na celu poinformowanie społeczności o realizacji i zakresie LSR oraz podniesienie jakości składanych wniosków jak również pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem podniesienia jakości udzielanego doradztwa oraz konsultacji np. szkolenia osób udzielających pomocy w ramach działań LGD. Systematyczne rozwijanie oraz stwarzanie warunków do aktywnego uczestnictwa społeczności lokalnej w wdrażaniu oraz kreowaniu LSR, może przyczyni się w znacznym stopniu do osiągnięcia założonych celów, a przez to do rozwoju całego obszaru. Głównym czynnikiem warunkującym skuteczne zaangażowanie społeczności lokalnej w realizację LSR jest obustronna komunikacja. Strategia ma charakter partycypacyjny, dlatego szeroko rozumiany udział mieszkańców jest bardzo ważny w procesie wdrażania LSR. Narzędzia służące do komunikacji między LGD a społecznością lokalną zostały dobrane w sposób prosty i konkretny tak aby informować mieszkańców o działalności LGD, a także umożliwiać pozyskiwanie informacji zwrotnych od lokalnych społeczności.

W przypadku problemów z realizacją LSR lub niskim poparciem społecznym dla realizowanych działań, LGD podejmuje działania informacyjne ukierunkowane na odpowiednie grupy docelowe, tak aby dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców poprzez publikacje na stronach internetowych, lokalnych portalach, tablicach ogłoszeń, przekazaniu ogłoszeń do lokalnych liderów i sołtysów a zarząd LGD podejmuje działania mające na celu skorygowanie LSR oraz Planu komunikacji w oparciu o informację zwrotną.

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

Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych zostały dostosowane do wybranych metod komunikacji w taki sposób aby móc monitorować ich skuteczność. Wśród wskaźników znalazły się liczba artykułów i informacji na stronach internetowych i portalach społecznościowych ( Facebook), które pozwolą na monitorowanie skuteczności działań informacyjnych o realizacji LSR. Liczba doradztw indywidualnych w biurze jak i telefonicznych pozwoli monitorować skuteczność doradztwa prowadzonego przez LGD. Liczba ankiet pozwoli ocenić jakość prowadzonego doradztwa w oczach beneficjentów. Liczba konsultacji pozwoli na monitorowanie otwartości Zarządu LGD na inicjatywy członków LGD. Liczba fiszek projektowych pozwoli ocenić efektywność animacji do innowacji i partnerstwa. Liczba udziałów w ogólnodostępnych lokalnych wydarzeniach oraz liczba spotkań pozwoli ocenić efektywność działań LGD skierowaną na zwiększenie zaangażowania członków i beneficjentów w funkcjonowanie LGD, a udział w spotkaniach dedykowanych grupie w niekorzystnej sytuacji pozwoli zaangażować ta grupę w realizację LSR oraz umożliwi wykreowanie ciekawych pomysłów do wdrożenia.

Efektom działań komunikacyjnych będzie zwiększenie zaangażowania członków LGD oraz mieszkańców w życie obszaru. Ponadto działania komunikacyjne przyczynią się do zwiększenia zainteresowania realizacją projektów w partnerstwie oraz innowacyjnych, a tym samym na skuteczniejszą realizację przedsięwzięć oraz podniesienie innowacyjności obszaru. Działania komunikacyjne wpłyną również na jakość składanych wniosków przez Beneficjentów, co przełoży się na efektywniejsze wykorzystanie środków na wdrażanie LSR.

Działaniami podsumowującym realizację LSR będą prezentacja multimedialna z realizacji LSR zamieszczona na stronie www LGD oraz stronach internetowych gmin, a także artykuł w mediach obejmujących zasięgiem obszar LGD.

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

W ramach systemu monitoringu i ewaluacji będą prowadzone działania dwójakiego rodzaju.

Po pierwsze, bieżący monitoring pozwoli zweryfikować czy działania wynikające z planu komunikacji są realizowane zgodnie z przyjętymi założeniami (terminy, budżet, adresaci, wskaźniki).

Po drugie, ewaluacja działań komunikacyjnych dostarczy informacji o ich efektywności i trafności.

W celu weryfikacji czy stosowane środki przekazu pozwalają na dotarcie z przekazem do adresatów prowadzone będą badania ankietowe i sondażowe, wywiady oraz robocze kontakty w ramach lokalnej społeczności.

Zakłada się również wykonanie, co najmniej, jednego kompleksowego badania ewaluacyjnego przez podmiot zewnętrzny po osiągnięciu co najmniej 50% zaawansowania finansowego realizacji LSR lub w przypadku wystąpienia istotnych problemów w realizacji kamieni milowych.

Zarówno dane z monitoringu jak i wiedza uzyskana w procesie ewaluacji pozwolą ocenić efektywność działań komunikacyjnych i reagować w przypadku problemów poprzez wprowadzanie zmian do planu komunikacji przez Zarząd LGD. Działania te będą miały permanentny charakter (w ramach zarządzania LSR), poza tym raz do roku będzie dokonywany przegląd planu komunikacji.

Indykatorywny **budget** przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem **głównych kategorii wydatków - przy założeniu minimalizacji wydatków na gadżety reklamowe oraz publikacji wymagających druku.**

Kampania informacyjna o LSR – 16 250 EUR

Kampania informacyjna dla potencjalnych beneficjentów – 5 000 EUR

Działania naprawcze LSR - 2 500 EUR

Zakończenie realizacji LSR - 1 250 EUR

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

Termin rok	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego – grupa docelowa	Środki przekazu	Planowane do osiągnięcia wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego	Planowane efekty działania komunikacyjnego	Planowany budżet działania komunikacyjnego ze wskazaniem głównych kategorii wydatków oraz źródła finansowania (fundusz: EFRROW, EFRR, EFS+).
2024	Kampania informacyjna nt. nowej LSR i wsparcia skierowanego do przedsiębiorców, organizacji pozarządowych i mieszkańców – rozpoczęcie wdrażania LSR	Otwarcie realizacji LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	Informacje na stronach internetowych gmin członkowskich	Liczba informacji - 1	Zainteresowanie mieszkańców możliwościami jakie stwarza LSR i zachęcenie do udziału w jej wdrażaniu.	0 zł
				Informacje na stronie www. LGD	Liczba Informacji - 1		
				Informacje w mediach społecznościowych (facebook)	Liczba Informacji - 1		
				Konsultacje telefoniczne	Konsultacje telefoniczne dla potencjalnych beneficjentów – 20		

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

2025-2028	Włączenie mieszkańców obszaru LGD, zwłaszcza grup w niekorzystnej sytuacji do realizacji LSR – możliwości uzyskania dofinansowania do realizacji projektów, promocja członkostwa w LGD	Kampania informacyjna o LSR	Mieszkańcy obszaru LGD w tym ludzie młodzi, seniorzy i osoby w niekorzystnej sytuacji	Informacje na stronach internetowych gmin członkowskich	Liczba informacji – 1/rok	Zainteresowanie mieszkańców możliwościami jakie stwarza LSR i zachęcenie do udziału w jej wdrażaniu. Wykreowanie ciekawych projektów / pomysłów możliwych do wdrożenia	65 000 zł
				Informacje na stronie www. LGD	liczba informacji – 1/rok		
				Informacje w mediach społecznościowych (facebook)	liczba informacji – 1/rok		
				Udział w ogólnodostępnych, lokalnych wydarzeniach	Liczba udziałów w ogólnodostępnych, lokalnych wydarzeniach – 2 wydarzenie/rok		
				Spotkanie dedykowane grupie w niekorzystnej sytuacji	liczba spotkań dedykowanych grupie w niekorzystnej sytuacji – 1 spotkania/rok		
				Doradztwo w biurze dla potencjalnych beneficjentów	Liczba udzielonych doradztw – 30 doradztw/rok		

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

<b>2025-2028</b>	Przeprowadzenie konsultacji indywidualnych z beneficjentami oraz podniesienie jakości składanych i realizowanych projektów	Konsultacje podczas przygotowywania/realizacji/ rozliczenia wniosków o dofinansowanie	Wszyscy beneficjenci	Doradztwo bezpośrednie w biurze	Liczba udzielonych doradztw indywidualnych 20/rok	Uzyskanie lepszej jakości wniosków oraz ich efektów	0 zł
				Konsultacje telefoniczne	Konsultacje telefoniczne dla beneficjentów – 20/rok		
<b>2025-2028</b>	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	Beneficjenci/potencjalni beneficjenci	Artykuł na stronie internetowej LGD	liczba artykułów na stronie www – 1/rok	Poinformowanie wnioskodawców/potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI	0 zł

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

<b>2025-2028</b>	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o zasadach przyznawania dofinansowania, interpretacji poszczególnych dokumentów obowiązujących w danym naborze oraz zasad korzystania z doradztwa w biurze LGD	Kampania informacyjna dla potencjalnych beneficjentów	Wszyscy zainteresowani mieszkańcy obszaru LGD/potencjalni beneficjenci	Spotkanie informacyjno-Szkoleniowe	1 spotkania/rok	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	20 000 zł
				Informacja na stronie www LGD dotycząca zasad korzystania z wsparcia w ramach planowanego naboru	Liczba informacji 1/nabór		
				Informacje w mediach społecznościowych (facebook)	Liczba informacji 1/nabór		
<b>2025-2028</b>	Zachęcenie beneficjentów/potencjalnych beneficjentów do składania projektów innowacyjnych oraz projektów w partnerstwie	Animowanie do innowacji i partnerstwa	Wszyscy zainteresowani mieszkańcy obszaru LGD/beneficjenci	Fiszki na projekty innowacyjne/realizowane w partnerstwie	Fiszka projektowa – 10 szt	Zbudowanie bazy potencjalnych projektów innowacyjnych i do realizacji w partnerstwie	0 zł
<b>2025-2028</b>	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej jakości doradztwa świadczonego przez LGD oraz jakości stosowanych metod komunikacyjnych	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dotyczące jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków/realizacji/rozliczenie	Beneficjenci/wszyscy potencjalni beneficjenci	Ankieta po przeprowadzeniu doradztwa	Raport z przeprowadzonego badania 1/rok	Uzyskanie wiedzy na temat jakości doradztwa przeprowadzanego przez LGD w celu podnoszenia jakości świadczonego doradztwa	0 zł

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

2025-2028	Zweryfikowanie i skorygowanie LSR w tym Planu Komunikacji w związku z problemami z jej realizacją/lub niskim poparciem społecznym dla realizowanych działań w przypadku stwierdzenia zaistniałej sytuacji przez zarząd	Działanie naprawcze LSR	Mieszkańcy obszaru LGD – minimum 50 osób	Badanie ankietowe	Raport z przeprowadzonego badania 1/rok	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów dla rozwoju obszaru. Poprawa efektywności komunikowania się z mieszkańcami w zakresie realizacji LSR – ewentualna korekta Planu komunikacji	10 000 zł
2025-2028	Zwiększenie liczby inicjatyw zgłaszanych przez członków dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR	Zaangażowanie członków	Członkowie LGD	Konsultacje bezpośrednio w siedzibie LGD/konsultacje telefoniczne	Raport z rejestru inicjatyw 1/rok	Wzrost efektów realizacji LSR. Utworzenie bazy inicjatyw dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR	0 zł
2029	Poinformowanie o efektach realizacji LSR	Zakończenie realizacji LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	Prezentacja multimedialna zamieszczana na stronie internetowej LGD oraz stronach internetowych gmin	Liczba prezentacji - 1	Utrwalenie wiedzy w zakresie efektów wdrażania LSR	5 000 zł
				Artykuł w mediach obejmujących zasięgiem obszar LGD	Liczba artykułów - 1		
.....							

Prezes Zarządu