



Plan komunikacji z lokalną społecznością

Szczecinek, 2023



Fundusze Europejskie
dla Pomorza



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Plan komunikacji jest opisem celów, działań komunikacyjnych i środków przekazu (narzędzi) używanych w celu przekazywania informacji na linii LGD - społeczności lokalne, z którymi LGD zamierza współpracować na poszczególnych etapach wdrażania LSR. Realizując plan komunikacji, LGD POJEZIERZE RAZEM zakłada systematyczne rozwijanie potencjału społeczności lokalnych, tworząc doskonałe warunki do aktywnego uczestnictwa we wdrażaniu strategii, świadomego osiągnięcia założonych celów oraz kreowania lokalnych liderów. Zaangażowanie społeczności w trakcie wdrażania LSR jest tak samo istotne jak zaangażowanie w fazie jej opracowywania. Warunkiem tego zaangażowania jest stworzenie takiego planu komunikacji, który nie ogranicza się do jednostronnych komunikatów, lecz określa poziom współpracy. Warunkiem skutecznego zaangażowania społeczności lokalnej w realizację LSR jest skuteczna obustronna komunikacja.

Formy komunikacji opracowano w oparciu o przeprowadzone analizy potrzeb i problemów komunikacyjnych oraz wyniki badań ewaluacyjnych. Dane raportu ewaluacyjnego wskazują na odpowiednio dobrane kanały komunikacji do potrzeb i możliwości odbiorców w latach 2014 – 2020. Informacje na temat działań LGD mieszkańcy czerpią głównie od innych mieszkańców oraz ze strony internetowej i lokalnej prasy – łącznie 29%. Jak podaje raport skuteczność i efektywność biura LGD w zakresie animacji, działań informacyjno – promocyjnych i doradczych jest bardzo wysoka, zwłaszcza jeśli chodzi o szkolenia dla potencjalnych beneficjentów.

Celem ogólnym planu komunikacji LSR Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania POJEZIERZE RAZEM jest promowanie LSR, a tym samym planu Strategicznego dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023 – 2027 oraz ramach Funduszy Europejskich Pomorza Zachodniego 2021 – 2027. W ramach tego celu jest rozpowszechnianie informacji o możliwościach wsparcia przewidzianych w Lokalnej Strategii Rozwoju wśród potencjalnych Beneficjentów. Plan ma zapewnić obustronną komunikację pomiędzy LGD a społecznością lokalną w całym procesie wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju, pobudzenie współpracy, aktywności społecznej i kreowanie liderów, dzięki którym możliwy będzie rozwój obszaru i realizacja zaplanowanych celów.

Konstrukcja Planu komunikacyjnego jest dostosowana do rytmu pracy LGD związanego z harmonogramem pracy, a w szczególności harmonogramem naborów. Działania komunikacyjne zostały pogrupowane w kampanie.

Pierwsza z nich to **kampania otwarcia**, która ma dwa cele: poinformowanie mieszkańców o rozpoczęciu wdrażania LSR i zaprezentowaniu LGD jako otwartego partnerstwa lokalnego wraz z informacją na temat głównych celów, zasad przyznawania dofinansowania i typach operacji, które będą miały największe szanse na wsparcie z budżetu LSR. Przygotowana strategia różni się od poprzedniej, zawiera nowe cele i przedsięwzięcia, natomiast pomoc przyznawana jest na nowych warunkach, co jest przesłanką do przekazania powyższych informacji lokalnej społeczności.

Kampania będzie realizowana za pomocą oficjalnej strony internetowej LGD – analiza danych wskazała na bardzo dużą liczbę odwiedzających stronę internetową (około 5 tys. tygodniowo). Dodatkowym środkiem przekazu będzie oficjalny fanpage FB, co zapewni dotarcie do szerokiej grupy osób i organizacji, a także możliwość dzielenia się tą informacją poprzez udostępnianie postu. Przewidziano także współpracę z lokalnymi portalami informacyjnymi, które zostały wskazane przez społeczność jako jedno z głównych źródeł pozyskania informacji na temat LGD. Podobne treści zostaną przedstawione także na oficjalnych stronach internetowych gmin członkowskich.

Drugą jest **kampania informacyjno - promocyjna**, której celem jest informowanie o planowanych i zrealizowanych działaniach LGD, w tym aktualnego stanu wdrażania LSR. Przekazywane treści będą dotyczyły także zmian w przepisach prawa powszechnie obowiązującego i dokumentach opracowanych przez LGD na potrzeby wdrażania strategii. Podstawowym i najszybszym środkiem przekazu będzie oficjalna strona internetowa LGD. Na stronie internetowej znajdują się wszystkie istotne informacje o Stowarzyszeniu Lokalna Grupa Działania POJEZIERZE RAZEM,

w tym o jego inkluzywnym charakterze. Dodatkowo zamieszczone treści będą dotyczyć operacji zrealizowanych przy wsparciu LGD.

Wykorzystywane będą także media elektroniczne, w tym społecznościowe, takie jak FB oraz poczta e-mailowa. Profil na FB będzie prowadzony w trybie ciągłym. Wiadomości mailowe będą wysyłane do osób z listy mailingowej Stowarzyszenia – odpowiednio do potrzeb różnego rodzaju komunikaty. Możliwe jest wykorzystanie innych platform w zależności od potrzeb. Mieszkańcy obszaru poszukujący zatrudnienia, niepełnosprawne oraz kobiety uwzględnione jako grupa osób w niekorzystnej sytuacji będą mogły dowiedzieć się o możliwościach wsparcia z wyżej wymienionych środków przekazu jak i plakatów zamieszczanych na tablicach ogłoszeń ośrodków pomocy społecznej czy w Powiatowym Urzędzie Pracy. Przewidziano także imprezy masowe organizowane przez inne podmioty, zwłaszcza samorządy gminne takie jak np. festyny, dożynki, podczas których zostaną zorganizowane punkty informacyjne, gdzie przedstawiciele LGD będą udzielać wszelkich informacji.

System komunikacji będzie dopełniać Biuro LGD będące punktem, który na bieżąco i przez cały okres realizacji LSR będzie udostępniać aktualne informacje jak i przyjmować wszelkie sygnały i postulaty dotyczące sytuacji na obszarze. Mieszkańcy będą mogli skorzystać z dyskusji z pracownikami poprzez rozmowę bezpośrednią, telefoniczną jak i przy pomocy poczty e-mail. Przedstawione założenia stanowią szkielet niniejszej kampanii, która będzie realizowana od początku do końca wdrażania LSR. Przewiduje się zmiany zakresu w ramach prowadzonej komunikacji np. organizacja spotkań bezpośrednich, które to będą zależeć od informacji zwrotnych, których tryb pozyskiwania i sposób wykorzystania jest opisany w dalszej części.

Trzecią jest **kampania informacyjna w okresie naborów oraz w trakcie realizacji projektów przez poszczególnych beneficjentów**. Celem jest przekazywanie dokładnych informacji o warunkach i zasadach przyznawania pomocy adekwatnych do warunków właściwego programu. Kampania ta będzie się składać z trzech elementów: informacyjny, szkoleniowo – doradczy i wspierający. W ramach pierwszego elementu pojawiać się będą ogłoszenia o naborach wniosków. Zarówno terminy jak i treść publikacji będą zgodne z Wytycznymi Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi. W trakcie naboru organizowane będą szkolenia w każdej z gmin członkowskich. Tematyka szkoleń będzie odpowiednia do zakresu i programu w ramach, którego będzie ogłoszony konkurs. Podczas spotkań potencjalni beneficjenci uzyskają informację na temat warunków przyznania pomocy oraz zostaną przedstawione dokumenty aplikacyjne. Ponadto ze względu na nowy okres wdrażania LSR zaprezentowane zostaną obowiązki komunikacyjne zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa. Uzupełnieniem będzie doradztwo świadczone przez pracowników biura LGD. Ogłoszenia o możliwości udziału w bezpłatnych szkoleniach i doradztwie pojawią się na stronie oficjalnej stronie internetowej LGD, fanpage'u FB oraz stronach internetowych gmin członkowskich. Zachętą do udziału w szkoleniach i doradztwie będzie umieszczenie w Kryteriach wyboru i oceny operacji preferencji dla osób korzystających z podanych usług. Podana forma przyczyni się do włączenia potencjalnych beneficjentów w działania komunikacyjne i budowania z nimi silniejszej relacji. Podczas konsultacji społecznych mieszkańcy wyrazili znaczne poparcie dla szkoleń stacjonarnych, podczas których mają możliwość uzyskiwania szybkich odpowiedzi na przedstawione problemy. Bezpośredni kontakt z lokalną społecznością pozwala także na anonimowe badanie poziomu zadowolenia uczestników. Ostatnim punktem kampanii będzie doradztwo indywidualne w trakcie realizacji projektów przez poszczególnych beneficjentów. Efektywne wdrożenie poszczególnych elementów LSR będzie możliwe m.in. dzięki sprawnej realizacji jak i rozliczeniu projektów. Z tego względu pracownicy biura LGD będą wspierać beneficjentów od podpisania przez nich umów o przyznanie pomocy po złożeniu wniosku o płatność końcową. Pomoc będzie świadczona w biurze LGD, telefonicznie jak i za pośrednictwem poczty e-mail. Kampania informacyjna będzie trwać przez cały okres wdrażania LSR.

Ostatnią jest **kampania badawcza**. Biuro LGD na bieżąco będzie ewidencjonować i dokumentować wszystkie działania komunikacyjne, a dla części z nich będzie badać poziom ich jakości. Badanie satysfakcji i jakości realizowane będzie za pomocą środków przekazu jakimi są ankiety wypełnione przez wnioskodawców i beneficjentów po udzielonym doradztwie, ankiety anonimowe wypełniane przez uczestników szkoleń i innych wydarzeń organizowanych przez LGD. Badanie

satysfakcji i jakości będzie się odbywało w ramach bieżącego monitoringu i ewaluacji wewnętrznej. Dla badania efektywności pozostałych działań wykorzystane będą ankiety udostępnione na stronie internetowej LGD oraz dystrybuowane podczas spotkań i konsultacji indywidualnych. Dopelnieniem założeń kampanii będzie formularz kontaktowy zamieszczony na stronie internetowej LGD, dzięki któremu mieszkańcy obszaru będą mieli możliwość zgłaszania uwag i propozycji, w tym tych dotyczących komunikacji.

Analizowanie efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu (w tym korygowanie planu komunikacji)

Na początku każdego roku Zarząd będzie analizował efektywność działań komunikacyjnych i wykorzystywanych środków przekazu korzystając z zebranych informacji. W przypadku stwierdzenia problemów z realizacją LSR oraz wystąpienia sytuacji wskazującej na niskie poparcie społeczne dla działań realizowanych przez stowarzyszenie, zostaną podjęte działania naprawcze takie jak np. zwiększenie liczby działań komunikacyjnych, opracowanie nowych działań, zmiana narzędzi czy środków przekazu (wykorzystanie nowych technologii, nowych możliwości i rozwiązań).

Zmiany w Planie komunikacji będą dokonywane partycypacyjnie, w sposób zbliżony do procesu jego opracowania. Zakładane minimum to zespołowe opracowanie propozycji zmian, a następnie ich publikacja na stronie internetowej i poddanie konsultacji mieszkańcom obszaru objętego LSR. Tryb konsultacji zależeć będzie od zakresu proponowanych zmian i czasu w jakim będą musiały być wprowadzone.

Grupy docelowe:

- potencjalni wnioskodawcy w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jednostki sektora finansów publicznych – celem działań informacyjno – promocyjnych adresowanych do ww. grupy docelowej jest zapoznanie z zasadami korzystania z dostępnej pomocy finansowej oraz zasadami rozliczania operacji. Informacja skierowana do tych grup będzie miała charakter motywujący do składania wniosków oraz będzie przedstawiać przykłady dobrych praktyk;
- mieszkańcy obszaru, w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji – działania kierowane do tej grupy będą mieć charakter informacyjny i motywujący, które zainicjują chęć do podjęcia czynności takich jak np. poszukiwanie zatrudnienia, podnoszenie kwalifikacji i kompetencji. Komunikaty do podjęcia aktywności będą zamieszczone w formie elektronicznej tzn. na stronach internetowych oraz papierowej w postaci plakatów w Miejskich Ośrodkach Pomocy Społecznej czy w Powiatowym Urzędzie Pracy. W zależności od potrzeb LGD przewiduje możliwość spotkań bezpośrednich poza biurem LGD, w miejscu dogodnym dla potencjalnego wnioskodawcy.
- lokalni liderzy – będący odbiorcami kampanii otwarcia, którzy będą stanowić jeden z filarów bazy pomysłów dotyczących możliwości poprawy warunków życia lokalnej społeczności oraz będą inspirować jak i sami brać udział w projektach;
- beneficjenci – będący odbiorcami kampanii informacyjnej w okresie naborów i w trakcie realizacji operacji jak i kampanii badawczej, podczas których uzyskają wsparcie m.in. doradcze oraz będą mieli możliwość wyrażenia swojej oceny na temat jakości działań LGD

Indykatorywny budżet	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźnik środka przekazu i jego wartość liczbową	Planowane efekty	Termin realizacji
0,00 EURO	Przekazanie informacji o rozpoczęciu wdrażania LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR	Kampania otwarcia	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jednostki sektora finansów publicznych, mieszkańcy obszaru, w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji; lokalni liderzy	Oficjalna strona internetowa LGD, fanpage FB, Strony internetowe instytucji publicznych (np. urzędy)	Liczba artykułów – min. 8	Mieszkańcy obszaru LGD podniosą zdobędą wiedzę nt. LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia w ramach LSR; zwiększy się liczba osób/podmiotów mających podstawową wiedzę o LGD i LSR	I poł. 2024 r.
2 150, 00 EURO	Promocja LGD i LSR, w tym informowanie o bieżącej działalności LGD	Kampania informacyjno-promocyjna	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jednostki sektora finansów publicznych, mieszkańcy obszaru, w tym ludzie młodzi,	Oficjalna strona internetowa LGD, fanpage FB, stoiska promocyjne, tablica ogłoszeń w Powiatowym	Liczba artykułów – min. 2 Liczba stoisk promocyjnych – min. 5 Liczba plakatów –min. 6	Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. LGD i LSR , w tym poinformowanie o bieżącej działalności	2024 - 2027

			seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji	Urządzie Pracy, tablice ogłoszeń w Miejskich Ośrodkach Pomocy Społecznej			
0,00 EURO	Przekazanie informacji o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Kampania informacyjna w okresie naborów oraz w trakcie realizacji projektów przez poszczególnych beneficjentów	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jednostki sektora finansów publicznych, mieszkańcy obszaru, w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji	Oficjalna strona internetowa LGD Oficjalna strona internetowa Starostwa Powiatowego Szczecinek Oficjalne strony internetowe gmin członkowskich Tablice ogłoszeń w gminach członkowskich	Liczba artykułów – min. 40 Liczba wykorzystanych tablic ogłoszeń - min. 25	Poinformowanie o przeprowadzanych naborach wniosków i możliwościach realizacji operacji. Dotarcie do jak największej liczby potencjalnych beneficjentów.	2024 - 2027

4 301, 00 EURO	<p>Przekazanie dokładnych informacji o warunkach i zasadach przyznawania pomocy</p> <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 LGD oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR</p>		Potencjalni wnioskodawcy	Otwarte spotkania informacyjno – szkoleniowe, spotkania bezpośrednie	Liczba spotkań informacyjno – szkoleniowych – min. 20, Liczba spotkań bezpośrednich – min. 2	Poinformowanie o warunkach i zasadach przyznawania pomocy. Podniesienie poziomu wiedzy na temat zasad przyznawania pomocy m.in. poprzez przedstawienie i omówienie formularzy wniosków o przyznanie pomocy, wskazanie aktów prawnych regulujących przyznanie pomocy.	
0,00 EURO	Wspieranie Beneficjentów LSR w okresie realizacji projektów		Beneficjenci	Doradztwo indywidualne	liczba ankiet wypełnionych przez osoby, którym udzielono doradztwa – min. 80	Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków, sposobu realizacji i rozliczania operacji. Polepszenie jakości realizowanych operacji.	

0,00 EURO	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD	Kampania badawcza	Mieszkańcy obszaru, w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji; Wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji	Ankieta wypełniania po doradztwie	Liczba osób, które dokonały pozytywnej oceny doradztwa indywidualnego – min. 50	Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych	2024 - 2027
-----------	--	-------------------	---	-----------------------------------	---	--	-------------

Źródło: opracowanie własne LGD

Szczecinek, 26.07.2023 r.

.....

.....