

PLAN KOMUNIKACJI

Cele ogólne działań informacyjno-promocyjnych

Celem ogólnym Planu Komunikacji Lokalnej Strategii Rozwoju na lata 2023-2029 jest promowanie LSR w ramach „Planu Strategicznego dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-2027 (PS WPR 2023-2027)”, zwłaszcza wśród mediów i ogółu mieszkańców LGD oraz rozpowszechnianie informacji o możliwościach wsparcia przewidzianych w Strategii wśród potencjalnych Beneficjentów, którzy będą mogli ubiegać się o przyznanie dotacji w ramach Funduszy Europejskich- PROW 2021-2027. 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 jest ponadto utrwalenie i pogłębienie akceptacji i przychylności mieszkańców obszaru Lokalnej Grupy Działania dla istnienia samych funduszy oraz skutków ich działania w gminach z uwzględnieniem innowacyjności, cyfryzacji, środowiska i klimatu, zmian demograficznych ze szczególnym uwzględnieniem starzenia się społeczeństwa oraz wyludniania obszaru planowanego do objęcia LSR oraz partnerstwa w realizacji LSR polegającego na wspólnej realizacji przedsięwzięć i projektów.

Cel ogólny działań informacyjno-promocyjnych realizowany jest poprzez wszystkie gminy tworzące Lokalną Grupę Działania.

Cele szczegółowe działań informacyjno-promocyjnych

Cel ogólny działań informacyjno – promocyjnych jest realizowany poprzez następujące cele szczegółowe:

- informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów poprzez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów,
- budowanie pozytywnego wizerunku LGD wśród mieszkańców obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o efektach realizacji LSR oraz bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji,
- zwiększenie poziomu świadomości i wiedzy mieszkańców na temat korzyści z członkostwa w Unii Europejskiej dla gmin obszaru LGD, uzyskiwanych dzięki napływowi Funduszy Europejskich, w tym wzmocnienie wiedzy nt. rozwiązań ekologicznych i klimatycznych
- wzmocnienie pozytywnego wizerunku LGD jako organizacji efektywnie wykorzystującej szanse stwarzane przez członkostwo Polski w Unii Europejskiej,
- wzrost rozpoznawalności i świadomości istnienia Funduszy Europejskich poprzez promowanie skutków dotychczasowego wdrażania funduszy przez gminy obszaru LGD,
- utrwalenie spójnego systemu identyfikacji wizualnej LGD.

Powyższe cele zostaną osiągnięte poprzez intensywne, różnorodne i długofalowe działania informacyjno-promocyjne, których ważnym elementem będą kampanie:

- promocyjno – wizerunkowe, medialne, skierowane do ogółu społeczeństwa oraz dotychczasowych i potencjalnych Beneficjentów,
- informacyjne – adresowane do konkretnych grup potencjalnych Beneficjentów, uprawnionych do korzystania ze środków Unii Europejskiej.

Działania komunikacyjne oraz odpowiadające im środki przekazu uwzględniające różnorodne rozwiązania komunikacyjne

Dla beneficjentów, potencjalnych beneficjentów oraz pozostałych grup docelowych, zaplanowano następujące działania informacyjno-promocyjne:

1. spotkania informacyjno-konsultacyjne.

2. publikacja i dystrybucja materiałów informacyjnych i promocyjnych (m.in.: ulotki, newsletter, plakaty);
3. udział w targach, wystawach, imprezach masowych i inne spotkania o zasięgu międzynarodowym, krajowym, regionalnym i lokalnym;
4. strona internetowa (prowadzenie strony internetowej LGD zawierającej m.in.: informacje o naborach wniosków, kryteria wyboru, dokumenty programowe, bieżące informacje o prowadzonych działaniach) oraz promocja na portalach społecznościowych;
5. promocja i informacja w środkach masowego przekazu (kampanie prasowe);
6. opracowanie jednolitego systemu wizualizacji indywidualnej LGD poprzez opracowanie logotypu wraz z księgą wizualizacji oraz zakup narzędzi promocji typu: roll up, bannery, długopisy, smycze, torby reklamowe, teczki, opatrzonych logo LGD oraz UE.

Treść komunikatów dostosowana będzie do prowadzonych działań promocyjnych:

- informacyjne – tj. treści pozbawione emocji, czyli czysto fachowe i informacyjne – narzędzia: plakaty, ulotki, dokumenty programowe,
- wizerunkowe – reklama na materiałach promocyjnych spójna z Systemem Identyfikacji Wizualnej, promująca styl, elegancję i profesjonalizm,
- perswazyjne – reklamy prasowe, na plakatach, portalach społecznościowych.

Grupy docelowe

1. Beneficjenci (projektodawcy) i potencjalni beneficjenci LSR.

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 powinna mieć ponadto charakter motywujący do składania wniosków oraz przedstawiać przykłady dobrych praktyk i zmian na obszarach wiejskich dokonywane w efekcie realizacji programu.

2. Osoby w niekorzystnej sytuacji

Działania skierowane do tej grupy (m.in. młodzież do 25 r. życia, osoby podejmujące pozarolniczą działalność gospodarczą, seniorzy, kobiety) będą mieć charakter informacyjny i motywujący do podjęcia działań w kierunku podjęcia zatrudnienia, rozwoju intelektualnego, wyjścia z ubóstwa, nałogów, itp. Działania skierowane do tej grupy osób to głównie spotkania informacyjne oraz warsztaty i szkolenia, a także komunikaty zachęcające do podjęcia aktywności udostępnione w miejscach ogólnodostępnych (m.in.: tablice ogłoszeń,).

3. Społeczność lokalna

Informacja i promocja PROW 2021-2027 adresowana do społeczności lokalnej w głównej mierze ma na celu informowanie o efektach PROW 2021-2027, zapoznanie z przykładami dobrych praktyk i pozytywny odbiór programu LEADER. Ze względu na wielkość ww. grupy docelowej działania informacyjne kierowane będą do liderów wsi: sołtysów, aktywnych członków stowarzyszeń lokalnych.

Poniższa tabela została opracowana w korelacji z celami głównymi Lokalnej Strategii Rozwoju, a są nimi:

C.1. Wspólne działania na rzecz wyzwań klimatycznych - racjonalne zarządzanie zasobami naturalnymi i dbałość o środowisko.

C.2. Wspólne działania na rzecz budowania tożsamości lokalnej poprzez wykorzystanie i rozpowszechnianie potencjału kulturowego i turystycznego regionu.

C.3. Wspólne działania na rzecz budowania atrakcyjnej i przyjaznej przestrzeni do pracy i życia na terenach wiejskich regionu.

ZAKŁADANE WSKAŹNIKI W OPARCIU O PLANOWANY BUDŻET DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH (FINANSOWANYCH W RAMACH PODDZIAŁANIA „Aktywizacja – Zarządzanie LSR”) ORAZ PLANOWANE EFEKTY DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Wskaźniki	Budżet	Planowane efekty
I pol. 2024	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, kryteriach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach projektów, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR. Harmonogram naborów.	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2021-2027	- Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, osoby w niekorzystnej sytuacji	- Artykuły w prasie lokalnej	- Liczba artykułów w prasie lokalnej (1 szt.)	5.000,00 zł.	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR (4000)
				- Ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, GOKi)	- Liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych (12 szt.)		
				- Artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ.	- Liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. (po 3 szt.)		
				- Spotkanie infor. – konsult. dot. edukacji ekol.	- Liczba spotkań informacyjnych o konsultacyjnych (1 szt.)	- 500 zł	
II pol. 2024	Polepszenie jakości składanych do LGD wniosków przed naborami	Kampania szkoleniowa dla potencjalnych beneficjentów w dot. wypełniania wopp, Wop i inne.	- Wszyscy potencjalni beneficjenci obszaru LGD w tym osoby w niekorzystnej sytuacji	- bezpłatne doradztwo w biurze LGD	- lista obecności (1 szt.)		Min. 30 osób
				- zakup roll-upu	Liczba -1 szt.	-500 zł	
				Spotkania/szkolenia :	- Liczba spotkań / szkoleń (2 szt.)	8.000,00 zł.	
				- szkolenie dot. wopp, wop dla przedsiębiorców			
				- szkol. dot. tworzenia i prowadzenia działalności gospodarczej, partnerstwo i sieciowanie			- Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR (min. 55 osób)

				- Artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ.	- po 2 szt.		
				- bezpłatne doradztwo w biurze LGD	-Lista obecności (1 szt.)		
I pol. 2025	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie	Badanie satysfakcji potencjalnych beneficjentów w LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy i wniosków o płatność	Potencjalni Beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	- Ankieta w wersji papierowej oraz elektronicznej (rozsyłana na adresy e-mail potencjalnych beneficjentów)	- Ankiety rozesłane do min. 50% uczestników spotkań informacyjnych oraz konsultacyjnych osób korzystających z doradztwa w biurze	0,00 zł.	zwrot ankiet na poziomie min. 25%
				- bezpłatne doradztwo w biurze LGD	- lista obecności (1 szt.)		
II pol. 2025	Poinformowanie ponowne potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach projektów (kryteria), które będą miały największe szanse wsparcia w kolejnych latach realizacji budżetu LSR.	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2021-2027 oraz o dalszej możliwości aplikowania	- Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy i osoby w niekorzystnej sytuacji	- Artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - Spotkania informacyjno-konsultacyjne - Ankieta w wersji papierowej lub elektronicznej wypełniana przez beneficjentów	- Liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. (po 3 szt. szt.) - Liczba spotkań informacyjnych i konsultacyjnych (1 szt.) - Liczba wypełnionych ankiet monitorujących postęp realizacji LSR (50	5.000,00 zł.	- Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR (300 osób) - Liczba uczestników spotkań informacyjno-konsultacyjnych (30 osób) - Liczba otrzymanych ankiet zwrotnych (25 szt.)

	Ponowne przekazanie informacji o możliwości aplikowania w naborach wniosków,				szt.)		
				- bezpłatne doradztwo w biurze LGD	- lista obecności (1 szt.)		
I pol. 2026	Poinformowanie ogółu mieszkańców o LSR oraz wstępnych efektach dotychczasowych działań	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR na lata 2021-2027 oraz jej efektów	- Wszyscy mieszkańcy obszaru LGD, W tym osoby w niekorzystnej sytuacji	- Ulotki, - Plakaty, - bezpłatne doradztwo w biurze LGD - Artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ.	- Liczba wydanych ulotek (1000 szt.) - Liczba wydanych plakatów (100szt.) - lista obecności (1 szt.) -Po 1 szt.	13.000 zł.	Liczba osób, które zapoznaly się z informacją o LSR i jej efektach poprzez: założone wskaźniki(min.1100 osób)
II pol. 2026	Poinformowanie ponowne potencjalnych członków, wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych)	Kampania inform - szkoleniowa nt. zasad projektów i rozliczenia oraz kryteriów	- Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, w tym osoby w niekorzystnej sytuacji	- Prezentacja przygotowana przez Zarządu oraz członków organu decyzyjnego w trakcie spotkań - Wyjazd studyjny - spotkanie dot. eduk. Ekol.	- Liczba Spotkań inform. (1 szt.) - 1 szt. 1 szt. -	7.000 zł. 27.000 500,00	- Liczba osób uczestniczących w spotkaniu(min. 35). 20 osób 25 osób

	) oraz wskaźnikach. Ponowne przekazanie informacji o możliwości aplikowania w kolejnych zakresach / kampania szkoleniowa wopp, wop			- bezpłatne doradztwo w biurze LGD - szkolenie dot. wopp, Wop dla przedsiębiorców - Artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ.	- lista obecności (1 szt.) 1 szt. - Po 1 szt.	2000,00	Min. 25 osób
I pol. 2027	Poinformowanie ogółu mieszkańców o efektach LSR	Kampania informacyjn/ szkoleniowa nt. głównych efektów wdrażania LSR na lata 2021-27	- Wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- Artykuły w prasie lokalnej - ankieta monitorująca postęp realizacji LSR PROW 2014-2020. - bezpłatne doradztwo w biurze LGD - szkol. Dot, tworzenia i prow. dział. gospodarczej, parterstwo i sieciowanie - Artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ.	- Liczba artykułów w prasie lokalnej (1 szt.) - Liczba wypełnionych ankiet przez Beneficjentów (około 30 szt.), - lista obecności (1 szt.) - 1 szt. - Po 1 szt.	1000,00 zł.	- Liczba osób poinformowanych o efektach LSR (1250 osób)
						2000,00	Min. 25 osób

II pol. 2027	Poinformowa nie ogółu mieszkańców o kolejnych naborach wniosków w ramach LSR	Kampania informacyjna nt. naborów czyli wdrażania LSR na lata 2021-27	- Wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym osoby w niekorzystnej sytuacji	- ankieta podsumowują a wdrażanie LSR 2021- 2027 - bezpłatne doradztwo w biurze LGD - Artykuły na stronach internetowych oraz portalach spół.	Liczba wypełniony ch ankiet przez mieszkańcó w terenie LGD (250 szt.) - lista obecności (1 szt.) - po 1 szt.	1500 zł	- Zwrot ankiet min. 50%
I pol 2028	Poinformowa nie ogółu mieszkańców o potencjale LSR i szkolenie	Kampania informacyjna / szkoleniowa nt. głównych potrzeb i potencjałów LSR na lata 2021-2027	Beneficjenci, -Instytucje współpracują ce,- Członkowie, osoby w niekorzystnej sytuacji	-gadżety - szkolenie dot. wopp, Wop dla przedsiębiorcó w - bezpłatne doradztwo w biurze LGD - Art. na stronach internetowych oraz por. spół.	- 300- 500 szt. -1 szt. - lista obecności (1 szt.) -Po 1 szt.	4000,00 zł 2000 zł	- gadżety opatrzone logotypami unijnymi i nazwą PROW 2021-27jako material promocyjny wdrażania LSR 25 osób

II pol 2028	Organizacja spotkań informacyjnych - konsultacyjnych/ szkoleń	Kampania informacyjna / szkol. nt. LSR na lata 2021-2027	- Młodzież, Wszyscy potencjalni beneficjenci, przedsiębiorcy, obszaru LGD w tym osoby w niekorzystnej sytuacji	- Spotkanie infor. – konsult. dot. edukacji ekol. - bezpłatne doradztwo w biurze LGD - Art. na stronach internetowych oraz por. spol.	- 1 szt. - lista obecności (1 szt.) Po 1 szt.	500 zł	25-30 osób
I pol 2029	Promocja i zdobywanie wiedzy z zakresu rozw. Ekol. I Klim.	Kampania promocyjna/ szkol. nt. LSR na lata 2021-2027	Młodzież, przedsiębiorcy, Organizacje pozarządowe w tym osoby w niekorzystnej sytuacji	- wyjazd studyjny	1 szt.	27 000	20 osób

Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu
Planowana ewaluacja Planu Komunikacji oraz sprawozdawczość z prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych

LGD wdrażając LSR jest zobligowane do regularnego prowadzenia badań ewaluacyjnych i oceny skuteczności prowadzonych działań. W związku z tym będą publikowane na stronie LGD informacje w formie zestawień okresowych, rocznych i końcowych. Ocena realizacji poszczególnych działań będzie dokonywana w oparciu o wskaźniki szczegółowo opisane w Planie Komunikacji. Ocena realizacji Planu opierać będzie się na ocenie poszczególnych działań realizowanych w ramach Planu, dokonywanych na podstawie ankiet oraz wyznaczonych wskaźników oceny skuteczności zawartych w powyższej tabeli.

Opis wniosków/opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych, sposobu ich wykorzystania w procesie realizacji LSR.

W planie komunikacji przewidziane są działania mające na celu pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR. Dane będą zbierane w formie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy, np. w zakresie komunikacji interpersonalnej). Dodatkowe informacje zbierane będą podczas działań informacyjnych o zasadach i efektach LSR skierowane do potencjalnych wnioskodawców oraz mieszkańców. Pozyskane w ten sposób informacje zostaną wykorzystane do aktualizacji LSR, procedur oraz ewentualnej zmiany funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy biura. W sytuacji zaistnienia problemów z wdrażaniem LSR, a także potencjalnego pojawienia się sytuacji niesatysfakcjonującej akceptacji społecznej wdrożone zostaną następujące środki zaradcze:

Zagrożenie	Środki zaradcze
Duża liczba gmin zaangażowanych w działania informacyjno-promocyjne, co może prowadzić do trudności w komunikacji.	Wprowadzenie jasnych zasad podziału pomiędzy działaniami typowo promocyjnymi, a informacyjnymi.
Brak zaufania do instytucji zajmującej się funduszami i przekonanie o ich niedostępności.	Bezpośrednie kontakty mieszkańców z LGD, szkolenia dla beneficjentów, działania promocyjne.
Wykorzystywanie kwestii funduszy do celów politycznych.	Kontrola LGD i gmin zaangażowanych w LSR.
Brak zrozumienia przekazu przez mieszkańców, beneficjentów i potencjalnych beneficjentów.	Formułowanie komunikatów w sposób spójny i przejrzysty.

Wyniki działań realizowanych w ramach planu komunikacji będą upubliczniane za pomocą internetowych środków przekazu. Raporty i zestawienia będą na bieżąco pojawiały się na stronie internetowej LGD. Na stronach gmin zamieszczany będzie komunikat odsyłający odbiorców do strony LGD.

PREZES ZARZĄDU
Jakub Świątkiewicz

