



Fundusze
Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



**Plan Komunikacji z lokalną społecznością
dla Stowarzyszenia
Lokalna Grupa Działania
Sąsiedzi wokół Szlaku Piastowskiego
(załącznik Lokalnej Strategii Rozwoju
na lata 2023-2027)**

Mogilno, sierpień 2023

Główne cele i przesłanki leżące u podstaw opracowania planu komunikacji.

Opracowanie planu komunikacji dla LGD ma na celu zapewnienie skutecznej i efektywnej wymiany informacji oraz budowanie pozytywnego wizerunku grupy w lokalnym środowisku. Główne cele i przesłanki, które leżą u podstaw tego procesu:

1. Komunikacja z interesariuszami: Plan komunikacji uwzględnia identyfikację i zaangażowanie kluczowych interesariuszy z obszaru objętego LSR. Są to mieszkańcy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, sołtysi i Rady sołeckie, koła gospodyń wiejskich, ochotnicze straże pożarne, władze lokalne itp. Cele komunikacji z interesariuszami obejmują informowanie o działaniach LGD, zdobywanie opinii i informacji zwrotnych, a także budowanie zaufania i partnerstwa.
2. Wykorzystanie różnych kanałów komunikacji: Plan komunikacji uwzględnia różnorodność kanałów komunikacji, takich jak media społecznościowe, strona internetowa, szkolenia, spotkania publiczne itp. Dywersyfikacja kanałów pozwoli dotrzeć do różnych grup odbiorców i zwiększyć zasięg komunikacji.
3. Klarowność i dostępność informacji: Plan komunikacji skupia się na zapewnieniu klarowności i dostępności informacji dla odbiorców. Treści są jasne, zrozumiałe i dostępne w różnych formatach, aby zaspokoić potrzeby różnych grup odbiorców.
4. Budowanie zaangażowania i partycypacji: Plan komunikacji uwzględnia strategię budowania zaangażowania i partycypacji lokalnej społeczności. Obejmuje to organizację spotkań, konsultacji społecznych, udziału w wydarzeniach społecznych itp. Ważne jest, aby dać mieszkańcom możliwość wyrażania swoich opinii i uczestnictwa w procesach podejmowania decyzji.
5. Spójność przekazu: W planie komunikacji należy uwzględnić spójność przekazu. Wiadomości przekazywane przez LGD powinny być jednoznaczne i zgodne z jej celami i wartościami. Informacje będą spójne na różnych platformach i kanałach komunikacji, aby uniknąć zamieszania i niejednoznaczności.
6. Monitorowanie i ocena efektywności: Plan komunikacji zawiera mechanizmy monitorowania i oceny efektywności działań komunikacyjnych. To pozwoli na ocenę osiągniętych wyników i dostosowanie strategii komunikacyjnej w razie potrzeby.

Plan Komunikacji Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Sąsiedzi wokół Szlaku Piastowskiego zawiera opis celów komunikacji i działań komunikacyjnych, wskazuje grupy docelowe oraz środki i narzędzia przekazu informacji, jakich LGD zamierza używać w komunikowaniu podczas wdrażania LSR.

Komunikacja w procesie tworzenia i wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju jest warunkiem koniecznym w osiągnięciu założonych celów. Podstawowym warunkiem w planowaniu skutecznej komunikacji jest jej obustronność, a więc komunikacja na linii LGD – społeczności lokalne – LGD. Takie podejście pozwala na pozyskiwanie informacji zwrotnej i służy transparentności działań LGD, co jest niezwykle ważne w budowaniu zaufania do LGD. Zadaniem planu komunikacji jest przekazanie najważniejszych informacji o działaniach jakie są planowane w ramach LSR oraz o efektywnym ich wdrażaniu, a także promowanie LSR i działalności LGD wśród mieszkańców z obszaru LSR.

Główne cele działań komunikacyjnych:

- I. Wzrost wiedzy wśród lokalnej społeczności na temat LGD i LSR.
- II. Wzrost umiejętności w zakresie pozyskania wsparcia w LGD w ramach LSR.
- III. Wzrost poziomu aktywizacji społeczności lokalnej.
- IV. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród lokalnej społeczności.

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.

Działania komunikacyjne wraz z środkami przekazu zostały sformułowane na podstawie:

- Standardu minimum do planu komunikacji z lokalną społecznością dla Województwa Kujawsko-Pomorskiego;
- rozmów z mieszkańcami obszaru podczas spotkań konsultacyjnych, w tym szczególnie z sołtysami, przedstawicielami KGW i OSP, przedsiębiorcami, przedstawicielami lokalnych samorządów, instytucjami oraz organizacjami.
- badania ankietowego pn. *Ankieta dotycząca komunikacji LGD z lokalną społecznością.*
- Raportu z ewaluacji ex-post pn. *Ewaluacja zewnętrzna realizacji Lokalnej Strategii Rozwoju na lata 2014-2020 dla Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Sąsiedzi wokół Szlaku Piastowskiego.*

Adresaci działań komunikacyjnych (grupy docelowe):

1. lokalni liderzy, m. in. sołtysi, rady sołeckie, radni gmin, powiatów, województwa;
2. instytucje kultury i / lub edukacji, mające siedzibę na obszarze LSR, m.in. biblioteki, domy kultury, szkoły, uniwersytety trzeciego wieku;
3. organizacje pozarządowe, mające siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiające młodzież i seniorów), m.in. koła gospodyń wiejskich, ochotnicze straże pożarne, kluby sportowe;
4. instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej, m.in. ośrodki pomocy społecznej, parafie, warsztaty terapii zajęciowej itp.;
5. mieszkańcy obszaru LSR;
6. przedsiębiorcy, mające siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR.

LGD zastosuje następujące środki przekazu:

Zaplanowane do stosowania środki przekazu		
Baza mailowa lokalnych liderów	prorowadzenie bazy mailowej lokalnych liderów m.in. sołtysów, radnych gmin, powiatu, województwa, instytucji kulturalnych i/lub edukacyjnych, mających siedzibę na obszarze LSR tj. bibliotek, domów kultury, teatrów, szkół, uniwersytetów trzeciego wieku itp., w celu informowania drogą mailową o konkursach, konsultacjach społecznych i wydarzeniach organizowanych przez LGD	Forma stosowana przez LGD w perspektywie 2014-2020. Zostanie dokonana dodatkowa analiza, mająca na celu weryfikację, czy w bazie znajdują się przedstawiciele wszystkich grup docelowych. W przypadku negatywnej weryfikacji LGD poczyni starania pozyskania dodatkowych adresów e-mail
Newsletter w formie elektronicznej	Newsletter skierowany do podmiotów wykazanych jako grupy docelowe, mający na celu informowanie o konkursach, konsultacjach społecznych i wydarzeniach organizowanych przez LGD	Forma stosowana przez LGD w perspektywie 2014-2020.
Wydarzenia otwarte	Wydarzenia dla społeczności z terenu LSR, podczas których LGD m.in. przedstawi swoje dotychczasowe działania oraz wsparcie, którego udzieliło, jak również poinformuje o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów	Forma stosowana przez LGD w perspektywie 2014-2020.

<p>Spotkania informacyjno-konsultacyjne</p>	<p>Otwarte spotkanie w każdym sołectwie z Radą sołectką oraz mieszkańcami, a także w każdej gminie z przedstawicielami grup docelowych działań komunikacyjnych, podczas których LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnie informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców danego sołectwa / danej gminy.</p>	<p>Forma stosowana częściowo przez LGD w perspektywie 2014-2020 (w sposób niesformalizowany) – dostosowana do potrzeb i możliwości LGD oraz mieszkańców, w szczególności sołtysów. LGD pozostawała w bieżącym kontakcie z interesariuszami.</p>
<p>Szkolenie w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu</p>	<p>Szkolenia w zakresie zasad przyznawania pomocy i / lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy / powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia. Szkolenia mogą się odbywać stacjonarnie, w formie bezpośrednich spotkań lub też w formule on-line. Dopuszcza się możliwość organizacji szkoleń, które swoją tematyką (zakresem) będą obejmować więcej niż 1 konkurs.</p>	<p>Forma stosowana przez LGD w perspektywie 2014-2020.</p>
<p>Strona internetowa LGD</p>	<p>Strona internetowa LGD (www.lgdsasiedzi.eu), stworzona zgodnie z przekazanym przez ZW interfejsem (layout) oraz aktualizowanej na bieżąco, w ramach której:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zapewniony zostanie dostęp do informacji o aktualnym harmonogramie naborów oraz wynikach konkursów już przeprowadzonych, a także zamieszczona zostanie informacja o wszystkich zrealizowanych projektach w zakresie LSR w ramach EFS+ wraz z relacją zdjęciową; - do ostatniego dnia czerwca każdego roku realizacji LSR zamieszczone zostanie roczne sprawozdanie z wdrażania LSR za poprzedni rok zawierające następujące informacje: <ul style="list-style-type: none"> • stan wdrażania LSR w tym: listę projektów, które uzyskały wsparcie z budżetu LSR oraz informację o przeprowadzonych przez LGD szkoleniach, spotkaniach informacyjnych, konsultacyjnych i doradztwie w związku z przeprowadzonymi naborami, • prowadzone przez LGD działania animacyjne oraz projekty realizowane z innych środków niż budżet LSR. 	<p>Forma stosowana przez LGD w perspektywie 2014-2020. Zawartość strony zostanie rozszerzona o wskazane przez ZW treści.</p>
<p>Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych w mediach społecznościowych</p>	<p>Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych LGD przy użyciu co najmniej 1 kanału społecznościowego (Facebook)</p>	<p>Forma stosowana przez LGD w perspektywie 2014-2020 incydentalnie. LGD zwiększy zaangażowanie w funkcjonowanie kanału społecznościowego.</p>

LGD będzie informować ZW / wskazaną organizację / instytucję z co najmniej 14-dniowym wyprzedzeniem o wszystkich zaplanowanych przez LGD aktywności / wydarzeniach na terenie objętym LSR (m.in. festynach, konkursach, podpisywaniu umów grantowych, szkoleniach, warsztatach), na wskazany przez ZW adres mailowy.

Opis sposobu analizowania efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu (w tym tryb korygowania planu komunikacji)

Stosowane działania komunikacyjne oraz wykorzystywane środki przekazu podlegać będą cyklicznym badaniom pod kątem osiągnięcia planowanych efektów, a także racjonalnego wykorzystania budżetu planu komunikacji. W przypadku, gdy efekty te będą niezadowalające i/lub w przypadku stwierdzenia odstępstw od realizacji założonych wskaźników i efektów, podejmowane będą modyfikacje, udoskonalenia planu bądź wprowadzane będą inne działania, które według LGD będą bardziej skuteczne w osiągnięciu zakładanych celów. Zarówno w procesie tworzenia, jak i aktualizacji / korekty planu komunikacji istotne jest uwzględnienie unikalnych cech lokalnego środowiska i potrzeb społeczności. Plan powinien być elastyczny i dostosowywać się do zmieniających się warunków oraz uwzględniać opinie i uwagi odbiorców komunikacji. LGD na podstawie wniosków z analizy wskaże sposób skorygowania planu komunikacji. W sytuacji zaistnienia istotnych problemów z wdrażaniem LSR, a także potencjalnego pojawienia się braku akceptacji społecznej np. metod wdrażania LSR albo konkretnych działań podejmowanych przez LGD etc., LGD przeprowadzi partycypacyjne badanie, na podstawie wyników którego opracowana zostanie propozycja zmian. Zostanie ona przedstawiona do akceptacji Zarządu Województwa.

Wyniki działań w ramach planu komunikacji publikowane będą na stronie internetowej LGD . Wykorzystywane będą do prowadzenia działań monitoringowych i ewaluacyjnych, zgodnych z rozdziałem X Lokalnej Strategii Rozwoju i mogą się przyczynić do zaprojektowania zmian w planie komunikacji.

Działania mające na celu pozyskiwanie informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR:

1. zbieranie opinii podczas działań informacyjnych o zasadach realizacji LSR, skierowanych do potencjalnych wnioskodawców,
2. umożliwienie zgłaszania uwag poprzez korespondencję e-mail, telefonicznie, pisemnie na adres Biura LGD lub osobiście,
3. ankieta on-line, dostępna przez cały rok na stronie internetowej LGD (www.lgdsasiedzi.eu).

Pozyskane w ten sposób informacje będą wykorzystane np. do aktualizacji LSR, procedur czy też zmiany sposobu funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy biura.

W przypadku realizacji przez LGD działań opierających się na bezpośrednim kontakcie z przedstawicielami grup docelowych, LGD będzie prowadzić badania ankietowe w formie papierowej, dzięki którym możliwe będzie ustalenie wymiernych efektów danego działania. W przypadku realizacji przez LGD działań w formule online, LGD udostępni ich uczestnikom formularz ankiety on-line. W przypadku realizacji przez LGD wydarzeń otwartych pracownicy Biura LGD i/lub Członkowie Zarządu będą przeprowadzać rozmowy z uczestnikami i na ich podstawie będą sporządzane raporty.

Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań

Środek przekazu	Adresaci działania komunikacyjnego	Planowane efekty działań komunikacyjnych - wskaźniki wraz z wartościami		Cel komunikacji
Baza mailowa lokalnych liderów	Wszystkie grupy docelowe planu komunikacji	Baza mailowa lokalnych liderów: 1	Liczba osób w bazie mailowej - min. 25 osób/podmiotów/adresów	I. Wzrost wiedzy wśród lokalnej społeczności na temat LGD i LSR IV. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród lokalnej społeczności.
		Źródło weryfikacji: Dane i materiały gromadzone przez LGD dotyczące realizacji przedmiotowych działań		
Newsletter w formie elektronicznej	Wszystkie grupy docelowe planu komunikacji	Liczba newsletterów w formie elektronicznej - min. 6 / rok	Liczba osób, które skorzystały z newslettera - min. 25 osób / podmiotów / adresów, do których został wysłany newsletter	I. Wzrost wiedzy wśród lokalnej społeczności na temat LGD i LSR IV. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród lokalnej społeczności.
		Źródło weryfikacji: Dane i materiały gromadzone przez LGD dotyczące realizacji przedmiotowych działań		
Wydarzenie otwarte, np. festyn, warsztaty, konkursy, konferencje, rajdy rowerowe, zawody sportowe, targi	Wszystkie grupy docelowe planu komunikacji	Liczba wydarzeń otwartych - min. 1 wydarzenie / rok	Liczba uczestników wydarzeń - min. 100 osób ¹	I. Wzrost wiedzy wśród lokalnej społeczności na temat LGD i LSR III. Wzrost poziomu aktywizacji społeczności lokalnej IV. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród lokalnej społeczności.
		Źródło weryfikacji: Dokumentacja fotograficzna oraz raport podsumowujący, przygotowany przez pracownika Biura LGD i/lub członka Zarządu		

¹ W przypadku organizacji więcej niż 1 wydarzenia w roku liczba uczestników sumuje się

<p>Spotkanie informacyjno- konsultacyjne w każdym sołectwie (przedstawienie rocznego harmonogramu ogłaszania konkursów, poinformowanie o zasadach ich przeprowadzania oraz zasięgnięcie informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców danego sołectwa) (spotkanie bezpośrednie)</p>	<p>Wszystkie grupy docelowe planu komunikacji, w szczególności lokalni liderzy, m. in. sołtysi, rady sołeckie, radni gmin, powiatów, województwa</p>	<p>Liczba spotkań w sołectwach - min. 1 spotkanie w każdym z 75 sołectw / rok</p>	<p>Liczba osób uczestniczących w spotkaniu w sołectwie - min. 3 osoby na każdym spotkaniu</p>	<p>I. Wzrost wiedzy wśród lokalnej społeczności na temat LGD i LSR. II. Wzrost umiejętności w zakresie pozyskania wsparcia w LGD w ramach LSR. III. Wzrost poziomu aktywizacji społeczności lokalnej. IV. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród lokalnej społeczności.</p>
<p>Spotkanie informacyjno- konsultacyjne w każdej gminie obszaru LSR (przedstawienie rocznego harmonogramu ogłaszania konkursów, poinformowanie o zasadach ich przeprowadzania oraz zasięgnięcie informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców gminy) (spotkanie bezpośrednie)</p>	<p>Wszystkie grupy docelowe planu komunikacji</p>	<p>Liczba spotkań w gminach - min. 1 spotkanie w każdej z 3 gmin / rok</p>	<p>Liczba osób uczestniczących w spotkaniu w gminie - min. 5 osoby na każdym spotkaniu</p>	<p>I. Wzrost wiedzy wśród lokalnej społeczności na temat LGD i LSR. II. Wzrost umiejętności w zakresie pozyskania wsparcia w LGD w ramach LSR. III. Wzrost poziomu aktywizacji społeczności lokalnej. IV. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród lokalnej społeczności.</p>
<p>Szkolenie w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu (bezpośrednie spotkanie lub spotkanie w formule on-line)</p>	<p>Wszystkie grupy docelowe planu komunikacji - potencjalni wnioskodawcy operacji zakładanych w LSR</p>	<p>Liczba bezpłatnych szkoleń / część bezpłatnego szkolenia dot. każdego ogłoszonego konkursu - min. 1 szkolenie / część szkolenia dot. każdego ogłoszonego konkursu</p>	<p>Liczba osób przeszkolonych w zakresie przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy / powierzenia grantu - łącznie min. 25 osób</p>	<p>I. Wzrost wiedzy wśród lokalnej społeczności na temat LGD i LSR. II. Wzrost umiejętności w zakresie pozyskania wsparcia w LGD w ramach LSR. III. Wzrost poziomu aktywizacji społeczności lokalnej. IV. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród lokalnej społeczności.</p>
		<p>Źródło weryfikacji: Listy obecności lub elektroniczne listy obecności potwierdzone przez pracownika biura</p>		

Strona internetowa LGD	Wszystkie grupy docelowe planu komunikacji	Strona internetowa LGD -	Liczba odwiedzin strony LGD -	I. Wzrost wiedzy wśród lokalnej społeczności na temat LGD i LSR IV. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród lokalnej społeczności.
		1 aktywna i aktualizowana strona internetowa LGD	min. 1000 wyświetleń strony / rok	
		Źródło weryfikacji: Dane i materiały gromadzone przez LGD dotyczące realizacji przedmiotowych działań		
Prowadzenie działań informacyjnych przy użyciu mediów społecznościowych (Facebook)	Wszystkie grupy docelowe planu komunikacji	kanał społecznościowy: 1	Liczba aktywności -	I. Wzrost wiedzy wśród lokalnej społeczności na temat LGD i LSR IV. Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR wśród lokalnej społeczności.
			min. 4 różne aktywności miesięcznie	
		Źródło weryfikacji: Dane i materiały gromadzone przez LGD dotyczące realizacji przedmiotowych działań		

Planowany budżet przewidziany na działania komunikacyjne w okresie realizacji LSR

Szacunkowo na realizację działań zgodnie z określonymi w niniejszym planie komunikacji środkami przekazu, uwzględniając koszty merytoryczne (np. organizacja spotkań, szkoleń, wydarzeń otwartych) oraz koszty administracyjne (np. koszty delegacji, hosting i domena strony internetowej), minimalizując wydatki przewidziane na publikacje drukowane oraz gadżety reklamowe, przewiduje się budżet w wysokości 4 500,00 € na rok.