

Załącznik nr 07 do Wniosku o Przyznanie Pomocy

Plan komunikacji z lokalną społecznością

Systematyczne rozwijanie potencjału społeczności lokalnych do świadomego osiągania celów strategii można uzyskać poprzez stworzenie warunków do ciągłego, systematycznego, aktywnego i szeroko rozumianego uczestnictwa społeczności lokalnych w bieżącym wdrażaniu LSR. Warunkiem skutecznego zaangażowania społeczności lokalnej w realizację LSR jest skuteczna (obustronna) komunikacja.

Szczegółowy opis planowanych działań znajduje się w tabeli 1.

Zaplanowane działania komunikacyjne dotyczą wszystkich EFSI finansujących LSR.

1. *Prezentacja głównych celów i przesłanek leżących u podstaw opracowania planu komunikacji*

Plan komunikacyjny stanowiący załącznik do niniejszej strategii został opracowany na podstawie wniosków, które pojawiły się w czasie przygotowania LSR oraz zostały skonsultowane z członkami i mieszkańcami LGD. Główne cele działań komunikacyjnych LGD Stowarzyszenie Wrota Wielkopolski zostały opracowane w wyniku przeprowadzonej analizy potrzeb oraz problemów komunikacyjnych w trakcie konsultacji społecznych oraz otrzymanego raportu ewaluacji zewnętrznej przeprowadzonej w 2022 r.

Analizie poddano dane jakie pozyskano z monitoringu prowadzonego systematycznie przez LGD. Działania te, szczególnie polegały na ankietowaniu odpowiednich grup respondentów. Oceniono m.in. proces komunikacji w biurze LGD (ankieta dot. funkcjonowania biura LGD), preferowany kanał przekazywania informacji, źródła informacji na temat działania biura LGD, z których korzystają na co dzień czy też ocena organizacji naborów, prowadzenia doradztwa, szkoleń.

Pokazały one iż:

- działania informacyjne prowadzone były w sposób przyczyniający się do skutecznego realizowania celów i przedsięwzięć określonych w LSR
- działania informacyjne prowadzone były w sposób zróżnicowany i zapewniły dotarcie informacji
- interesanci LGD Wrota Wielkopolski bardzo pozytywnie ocenili funkcjonowanie LGD. Potencjalni beneficjenci najlepiej ocenili organizację naborów wniosków oraz prowadzenie doradztwa.

Za słabe strony działań komunikacyjnych uznano:

- biurokrację i niejasność formularzy. Sama procedura odbija się na Stowarzyszeniu koniecznością generowania dużej liczby różnego rodzaju dokumentów

Przyjęte główne cele działań komunikacyjnych:

- informowanie

Pierwszym i podstawowym celem planu komunikacji jest informowanie: rzetelne, dostosowane do grupy odbiorców, odpowiednio skompensowane zarówno pod względem treści jak i czasu przekazywania. Proces informowania będzie trwał przez cały okres realizacji lokalnej strategii rozwoju, zmianie będzie ulegał jedynie rodzaj przekazywanych informacji oraz środki przekazu. Na samym początku rola informacji skupiać się będzie na rozpropagowaniu celów strategii i poszczególnych jej działań. Następnie zaplanowane jest szeroko zakrojone i możliwie intensywne przekazywanie informacji na temat terminów i rodzajów ogłaszanych konkursów oraz zasad w ramach, których beneficjenci będą mogli aplikować o środki finansowe. Od skuteczności tej informacji zależeć będzie nie tylko ilość złożonych wniosków, ale również ich jakość i różnorodność.

Załącznik nr 07 do Wniosku o Przyznanie Pomocy

Kolejny etap informowania to skuteczny przekaz o pierwszych efektach wdrażania LSR, spostrzeżeniach i ewentualnych trudnościach w realizacji poszczególnych przedsięwzięć. Wszelkie dokonywane zmiany przepisów prawnych, czy też strategii muszą zostać jak najszerzej podane do wiadomości, podobnie jak pierwsze spostrzeżenia na temat wdrażania LSR oraz informacje na temat dalszych konkursów. Jest to o tyle ważny element informowania, że w przypadku wystąpienia jakichkolwiek problemów, czy zmian w dokumentacji PROW potencjalni beneficjenci będą mogli na bieżąco dowiadywać się o nich i nie powielać błędów w składanych wnioskach.

Ostatni etap to informowanie o końcowych konkursach, ostatnich środkach finansowych, które pozostały do wykorzystania oraz o poziomie osiągniętych wskaźników. Jest to o tyle istotny etap, że właśnie od niego będzie zależeć końcowe wykorzystanie pozostałości środków finansowych i osiągnięcie ostatnich wskaźników.

Kulminacja działań informacyjnych pojawi się pod koniec wdrażania lokalnej strategii rozwoju w celu wypromowania najlepszych przedsięwzięć, projektów, pomysłów, uzyskanych rezultatów z ich wdrażania.

- uzyskanie informacji zwrotnej

Komunikowanie byłoby niepełne, gdyby działało tylko w jedną stronę. W żadnym wypadku nie możemy mieć poczucia spełnienia obowiązku komunikacji, jeśli nie dowiemy się czy nasz odbiorca rzeczywiście otrzymał pożądane wiadomości, czy je zrozumiał, i w jaki sposób się do nich odniósł, – co pomyślał. Ze względu na poszczególne grupy odbiorców i różnorodność informacji do przekazania musimy mieć pewność, że nasza komunikacja jest skuteczna, inaczej, że nadawca i odbiorca w identyczny sposób rozumieją przekaz i potrafią skutecznie na niego odpowiedzieć. Z punktu widzenia realizacji LSR jest to o tyle ważny element komunikacji z lokalną społecznością, że w przypadku konieczności dokonywania jakichkolwiek zmian, czy nawet drobnych korekt w strategii niezbędna jest opinia i konsultacje z lokalną społecznością. Dlatego tak ważne jest badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dotyczące jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji.

Działania zalecane do realizowania:

- kontynuowanie działań informacyjnych w różnorodnej formie i przystępnej treści przekazu,
- realizacja szkoleń z zakresu zasad aplikowania o środki finansowe, a także ich rozliczania, w celu zwiększenia skuteczności aplikowania,
- prowadzenie działań zachęcających potencjalnych beneficjentów do korzystania z pomocy doradczej świadczonej przez LGD,
- kontynuowanie działań mających na celu stałe podnoszenie rozpoznawalności LGD i realizowanych przez nią działań
- utrzymanie takiego podejścia do realizacji zadań, które zauważa coś więcej niż tylko finansowy, materialny efekt realizacji operacji. Wspierane będą działania z zakresu animacji. LGD będzie organizowała wydarzenia związane z aktywowaniem mieszkańców wokół zasobów obszaru czy spędzaniem czasu wolnego.

2. 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.

- a) Głównym celem planu komunikacji powinna być pomoc w osiągnięciu głównych założeń Lokalnej Strategii Rozwoju kierowanej przez społeczność. Należy podjąć takie działania, które przekonają społeczność lokalną, że warto aktywnie uczestniczyć w bieżącej jej realizacji.

Do skutecznych działań komunikacyjnych zaliczono:

- kampanie informacyjne

Załącznik nr 07 do Wniosku o Przyznanie Pomocy

- bezpośrednie spotkania
- badania satysfakcji mieszkańców, beneficjentów
- badania funkcjonowania biura LGD

b) Adresatami poszczególnych działań będą:

- osoby fizyczne, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, instytucje,
- osoby w niekorzystnej sytuacji określone w LSR – osoby młode do 25 roku życia, kobiety i seniorzy

c) W ramach działań komunikacyjnych zostaną zaangażowane różne środki przekazu. Najbardziej efektywnymi kanałami przekazu są:

- portale społecznościowe i strona internetowa. Dzięki temu nastąpi m.in.:
- Poinformowanie społeczności lokalnej, w szczególności potencjalnych wnioskodawców o wszystkich wydarzeniach LGD Wrota Wielkopolski oraz realizowanym LSR – informowanie o głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach
- przeprowadzenie kampanii informacyjnej dot. obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI
- poinformowanie o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny stosowanych przez Radę i zasadach realizacji projektów
- poinformowanie o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji, szkoleniach, doradztwach
- artykuł w biuletynie gminnym – gdzie zostanie przedstawiona informacja o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania, np. podsumowanie pod koniec roku działalności LGD Wrota Wielkopolski
- maile, będące środkiem przekazywania m.in. ankiet do wypełnienia z przeprowadzonego szkolenia, doradztwa czy też zaproszeń na spotkania informacyjno-szkoleniowe
- imprezy masowe (promocyjno-aktywizujące organizowane przez LGD, udział LGD w lokalnych wydarzeniach/imprezach)

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

Szczegółowy opis wskaźników wraz z kosztem finansowania zamieszczono w tabeli 1.

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

Efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu będzie sprawdzana i analizowana poprzez system monitoringu: realizacja wskaźników, planu finansowego i rzeczowego, ocena wysyłanych ankiet.

Wyniki badań z zakresu podejmowanych działań komunikacyjnych czy realizacji założonych celów i osiągnięcia efektów w tym zakresie przekazywane będą m.in. Radzie LGD i członkom LGD, mogą być upubliczniane na lokalnych portalach internetowych, stronie internetowej LGD i portalu społecznościowym.

Tryb korygowania planu komunikacji.

W sytuacji, gdy przeprowadzone badania wykażą, iż cele bądź efekty nie są osiąmane, zorganizowane zostanie spotkanie konsultacyjne Pracowników Biura i członków Zarządu połączone z analizą danych pochodzących z ankiet oraz innych źródeł dostarczających informacji o jakości działań informacyjnych LGD, określonych w planie

Załącznik nr 07 do Wniosku o Przyznanie Pomocy

komunikacyjnym. Biuro analizuje dane i przygotowuje dane oraz wnioski na spotkanie konsultacyjne. Zarząd LGD podejmuje decyzje o zmianach w tym planie, tak by odzwierciedlały potrzeby grup docelowych. Przewiduje się np. nasilenie działań informacyjnych czy wprowadzenie nowych form i działań komunikacyjnych, zmiana i dobór narzędzi informacyjnych stosowanych w planie komunikacji

Podjęte działania mają służyć poprawie jakości i skuteczności działań informacyjnych LGD określonych w planie komunikacyjnym.

Zweryfikowany Plan Komunikacji zostanie skierowany do wdrożenia przez biuro LGD. Po roku od wdrożenia zmian w zakresie działań komunikacyjnych przeprowadzone zostanie badanie ankietowe mające na celu weryfikację efektywności wprowadzonych zmian i oceny zadowolenia społecznego w tym zakresie.

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

Koszty sfinansowania poszczególnych elementów planu komunikacji zostały oszacowane oraz uwzględnione w budżecie LGD Wrota Wielkopolski.

Całkowity budżet prowadzonych działań komunikacyjnych zaplanowano na kwotę 5800 Euro.

Szczegółowy budżet planu komunikacji zamieszczono w tabeli 1.

Załącznik nr 07 do Wniosku o Przyznanie Pomocy

Tabela 1. Szczegółowy opis planowanych działań, zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych, efektów działań komunikacyjnych, oraz całkowity budżet prowadzonych działań komunikacyjnych.

PLAN KOMUNIKACJI						
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 (EURO)	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności kobiety, młodzież do 25 r. życia, seniorzy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jsfp oraz mieszkańcy obszaru LGD	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	<u>Wskaźnik:</u> Artykuł zamieszczony na stronie LGD (ilość: 1), aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych <u>Efekt:</u>	0,00	Monitoring oglądalności strony LGD

Załącznik nr 07 do Wniosku o Przyznanie Pomocy

z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR				Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI		
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)	Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności kobiety, młodzież do 25 r. życia, seniorzy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jsfp, oraz mieszkańcy obszaru LGD	- Informacja na oficjalnej stronie internetowej LGD - Informacje na portalach społecznościowych - fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych (ilość: 3) Mailing (ilość: 3) Artykuły na stronach internetowych gmin członkowskich (ilość: 3) Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 3) <u>Efekt:</u>	900,00 w tym: EFRROW – 300,00 euro EFRR – 300,00 euro EFS+ - 300,00 euro	Monitoring oglądalności strony LGD, ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD

Załącznik nr 07 do Wniosku o Przyznanie Pomocy

				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	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności kobiety, młodzież do 25 r. życia, seniorzy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jsfp, oraz mieszkańcy obszaru LGD	- Spotkania informacyjno-szkoleniowe	<u>Wskaźnik:</u> Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wniosków) lub (ilość: 10) <u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	3000,00 w tym: EFRROW – 800,00 euro EFRR – 300,00 euro EFS+ - 1900,00 euro	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych
Wspieranie beneficjentów LSR	Informowanie na temat warunków i sposobów	Beneficjenci oraz wnioskodawcy	- Doradztwo indywidualne - Szkolenia	<u>Wskaźnik:</u> Liczba osób, którym udzielono	1000,00	Karta udzielonego doradztwa



Fundusze Europejskie
dla Wielkopolski



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Załącznik nr 07 do Wniosku o Przyznanie Pomocy

w realizacji projektów	realizacji i rozliczania projektów			doradztwa na podstawie kart udzielonego doradztwa (ilość: 50) Liczba szkoleń (ilość: 2) <u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	EFROW – 500,00 euro EFS+ - 500,00 euro	Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu /doradztwie
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków	Potencjalni wnioskodawcy – w zależności od naboru	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalach	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (ilość: 35) Informacje na portalach społecznościowych (ilość: 40)	0,00	Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości



Fundusze Europejskie
dla Wielkopolski



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Załącznik nr 07 do Wniosku o Przyznanie Pomocy

			społecznościowych – fanpage LGD	<u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji		udzielonego doradztwa
Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD	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	- Ankieta wypełniana po doradztwie	<u>Wskaźnik:</u> Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów (ilość: 50) <u>Efekt:</u> Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa,	0,00	Badanie ankietowe



Fundusze Europejskie
dla Wielkopolski



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Załącznik nr 07 do Wniosku o Przyznanie Pomocy

				doskonalenia umiejętności komunikacyjnych		
Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania	Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD -Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalu społecznościowym LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronie internetowej LGD (ilość: 3) Mailing (ilość: 3) Artykuły na stronach internetowych gmin członkowskich (ilość: 3) Informacja w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 3) <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie	900,00 w tym: EFRROW – 300,00 euro EFRR – 300,00 euro EFS+ - 300,00 euro	Monitoring oglądalności strony LGD i lokalnych mediów