

Stowarzyszenie "WIR"

Wiejska Inicjatywa Rozwoju
ul. Śląska 9, 73-110 Stargard
tel. 91 578 43 78
NIP 854 22 81 407, Regon 320171981

5/4/2023 Załącznik
do Uchwały Zarządu
Stowarzyszenia „WIR” – Wiejska Inicjatywa Rozwoju
z dnia 31.05.2023 r.

Plan komunikacji z lokalną społecznością - załącznik nr 7 do wniosku o wybór LSR.

Stworzenie warunków do ciągłego, systematycznego, aktywnego i szeroko rozumianego uczestnictwa lokalnej społeczności w bieżącym wdrażaniu LSR jest osiągalne dzięki skutecznej, obustronnej komunikacji. Komunikowanie się za pomocą różnych komunikatów pozwoli na zdobycie informacji potrzebnej do realizacji celów LSR. Zaplanowane działania komunikacyjne dotyczą wszystkich EFSI finansujących LSR.

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

1. **Cel główny planu komunikacji Stowarzyszenia „WIR” – Wiejska Inicjatywa Rozwoju na lata 2023-2027** jest promowanie LSR, a tym samym Planu Strategicznego dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-2027 i EFS+ na lata 2021-2027 zwłaszcza wśród mediów i ogółu mieszkańców LGD oraz rozpowszechnianie informacji o możliwościach wsparcia przewidzianych w Lokalnej Strategii Rozwoju wśród potencjalnych beneficjentów, którzy będą mogli ubiegać się o przyznanie dotacji w ramach Funduszy Europejskich. Planowane działania mają wzbudzić zainteresowanie oraz zachęcić potencjalnych beneficjentów do aplikowania o środki, zwiększając liczbę zrealizowanych inwestycji, a przez to wzmocnić konkurencyjność oraz atrakcyjności obszaru działania LGD.
2. **Wyniki z przeprowadzonej analizy potrzeb i problemów komunikacyjnych**, które zostały zidentyfikowane podczas przeprowadzonych spotkań, rozmów oraz wyniki badań ewaluacyjnych wskazują, że LGD w latach 2015-2023 stosowała przyjazne dla odbiorców formy komunikacji. Wg raportu z ewaluacji z 2023r. informacje na temat działań LGD mieszkańcy czerpią z oficjalnej strony internetowej oraz portali społecznościowych; kontaktów mailowych lub telefonicznych. Najwięcej osób dowiedziało się o istnieniu LGD za sprawą jej działań – obserwując je lub bezpośrednio w nich uczestnicząc. O trafności i skuteczności tych działań świadczą wypowiedzi beneficjentów. Najskuteczniejszym źródłem informacji o możliwościach udziału w Programie była informacja, która dotarła do nich bezpośrednio z LGD (54,4%). Ogólnie dostępne informacje: plakaty, zebrania, ulotki, lokalne media były źródłem wiedzy dla 40,4% beneficjentów. O skuteczności działań informacyjnych świadczy także fakt, że mieszkańców cechuje bardzo wysoka świadomość działań podejmowanych dzięki obecności środków UE na obszarze LSR, deklaruje ją aż 88,2% badanych.
3. **Najważniejsze cele planu komunikacji to:**
 - 1) zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD, pozyskanie nowych liderów,
 - 2) animowanie, komunikowanie i informowanie lokalnej społeczności o możliwości udziału w działaniach na rzecz ludzi młodych, seniorów oraz osób w niekorzystnej sytuacji, osób bezrobotnych w tym trwale bezrobotnych, biernych zawodowo,
 - 3) bieżące informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR,
 - 4) informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach Lokalnej Strategii Rozwoju oraz w procesie realizacji projektów poprzez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów
 - 5) animowanie do wdrażania innowacji, w tym innowacji w kontekście lokalnym i regionalnym,

- 6) zwiększenie wiedzy mieszkańców na temat lokalnego dziedzictwa przyrodniczo-kulturowego, w tym propagowanie rozwiązań sprzyjających jego ochronie,
- 7) bieżące informowanie o stanie realizacji LSR, w tym o stopniu osiągania celów i wskaźników,
- 8) promocja dobrych praktyk, w tym projektów innowacyjnych, na obszarze LGD i poza nim, budowanie pozytywnego wizerunku Lokalnej Grupy Działania wśród mieszkańców obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o efektach realizacji Lokalnej Strategii Rozwoju oraz bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji,
- 9) zwiększenie poziomu świadomości i wiedzy mieszkańców na temat korzyści z członkostwa w Unii Europejskiej, uzyskiwanych między innymi dzięki napływowi Funduszy Europejskich,
- 10) budowanie pozytywnego wizerunku Lokalnej Grupy Działania wśród mieszkańców obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o efektach realizacji Lokalnej Strategii Rozwoju oraz bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji,

II. 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.

1. Działania komunikacyjne oraz odpowiadające im środki przekazu

Cele planu komunikacji zostaną osiągnięte poprzez intensywne, różnorodne i długofalowe działania informacyjno-promocyjne, których ważnym elementem będą:

- 1) kampanie promocyjno-wizerunkowe, skierowane do lokalnych i regionalnych mediów, mieszkańców, dotychczasowych i potencjalnych Beneficjentów,
- 2) spotkania informacyjne m.in. szkolenia z zakresu pozyskiwania środków zewnętrznych, konferencje, warsztaty tematyczne, seminaria, bezpośrednie spotkania itp.,
- 3) publikacje i dystrybucje materiałów informacyjnych i promocyjnych m.in. foldery, ulotki, plakaty, biuletyny,
- 4) ogłoszenia w: Urzędach Gmin, GOPS, MOPS, instytucje kultury,
- 5) udział w targach, wystawach, imprezach, wydarzeniach, spotkaniach o zasięgu międzynarodowym, krajowym, regionalnym i lokalnym itp.,
- 6) strona internetowa: prowadzenie strony internetowej LGD zawierającej m.in.: informacje o naborach wniosków, kryteriach wyboru, dokumentach programowych oraz promocja na portalach społecznościowych, e-ankiety,
- 7) promocja i informacja w środkach masowego przekazu m.in. artykuły w prasie, audycje w radiu,
- 8) wykorzystanie logotypu LGD na narzędziach promocji typu: roll up, bannery, namiot, długopisy, smycze, torby reklamowe, teczki itp. opatrzonych logo LGD zgodnie z Księgą Wizualizacji.
- 9) Treść komunikatów dostosowana będzie do prowadzonych działań promocyjnych: informacyjne – tj. treści czysto fachowe i informacyjne; narzędzia: biuletyn, ulotki, wizerunkowe: reklama na materiałach promocyjnych, promująca styl, elegancję i profesjonalizm,

2. Grupy docelowe:

- 1) Beneficjenci (projektodawcy) i potencjalni beneficjenci LSR, w tym osoby fizyczne i przedsiębiorcy, NGO, JSFP, rolnicy

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 charakter motywujący do składania wniosków oraz przedstawiać przykłady dobrych praktyk i zmian na obszarach wiejskich dokonywanych w efekcie realizacji strategii. Z doświadczeń w latach 2014-2022 wynika iż szkolenia dotyczące wniosku o

Stowarzyszenie "WIR"

Wiejska Inicjatywa Rozwoju
ul. Śląska 3, 73-110 Stargard
tel. 91 573 40 78

NIP 864 22 81 407, Regon 320171981

ZA ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

06.06.2023

Szczepan

przyznanie pomocy, doradztwo w biurze LGD pozwala na przygotowanie poprawnej dokumentacji konkursowej i tym samym zwiększa szansę na otrzymanie wsparcia przez beneficjentów. LGD organizowało także szkolenia z przygotowania wniosku o płatność, aby prawidłowo rozliczyć projekt i te formy szkoleń będą kontynuowane. **Doradztwo Biura LGD:** Ogłaszanie i prowadzenie konkursów wiąże się z obowiązkiem udzielania bezpłatnego doradztwa. Oferowane jest ono wszystkim wnioskodawcom. Sposobem na zmotywowanie do udziału są dodatkowe punkty za uczestnictwo w doradztwie (szkoleniu), przyznawane w ramach oceny wniosku, w tym zaliczenie testu sprawdzającego wiedzę wnioskodawców. Dodatkowe punkty otrzymują ci z wnioskodawców, którzy korzystają z konsultacji Biura LGD osobiście lub pocztą e-mail. W założonym planie komunikacji na lata 2015-2023, bezpośrednio po świadczonej usłudze doradczej prowadzone są badania ankietowe satysfakcji.

- 2) Grupy ludzi młodych do 25 r.ż., seniorzy powyżej 60 r.ż. oraz osoby w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnościami i ich opiekunowie, rolnicy z małych gospodarstw rolnych i ich domownicy, imigranci, osoby poszukujące zatrudnienia, w tym mieszkańcy osiedli po-PGR

Działania skierowane do tej grupy będą mieć charakter informacyjny, integrujący, aktywizujący, a także zwiększający wiedzę o ochronie środowiska, zachowaniu dziedzictwa kulturowego, utożsamianiu się z obszarem. Będą to głównie spotkania informacyjne oraz warsztaty i szkolenia, a także komunikaty zachęcające do podjęcia aktywności udostępnione w miejscach ogólnodostępnych m.in.: tablice ogłoszeń, facebook, strona internetowa

- 3) Osoby bezrobotne w tym trwale bezrobotne, bierne zawodowo-informowanie o możliwości uczestnictwa w projekcie, podnoszenia lub zmiany kwalifikacji zawodowych pozwalających włączenia w rynek pracy
- 4) Społeczność lokalna – informowanie o efektach wdrażania LSR, zaprezentowanie tzw. dobrych praktyk

Ze względu na wielkość ww. grup docelowych działania informacyjne kierowane będą do lokalnych liderów: sołtysów, aktywnych członków lokalnych stowarzyszeń, KGW, OSP.

Wskaźniki usług doradczych oceniane są również bardzo wysoko. Badani wskazują, że treści przekazywane są w prosty, przejrzysty oraz rzeczowy sposób.

III. Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów tych działań

Formą partnerstwa jest wspieranie współpracy z innymi podmiotami tj. animowanie podmiotów z obszaru Lokalnej Strategii Rozwoju do współpracy z innymi podmiotami, nie tylko z LGD, poprzez szkolenia, spotkania aktywizacyjne” zamierza wspierać realizację operacji realizowanych w partnerstwie, czego istotnym elementem jest kojarzenie partnerów.

Wszystkie zakładane wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych zostały ujęte w tabeli nr 1. Jednak na szczególną uwagę zasługują wskaźniki odnoszące się do potrzeb ludzi młodych, seniorów oraz osób w niekorzystnej sytuacji:

- liczba spotkań dot. wzmocnienia pozycji ludzi młodych i seniorów na obszarach wiejskich,
- liczba szkoleń dot. wsparcia zatrudnienia osób bezrobotnych w tym trwale bezrobotnych, biernych zawodowo,
- liczba spotkań dot. innowacyjności,
- liczba spotkań dot. wzmocnienia pozycji osób w niekorzystnej sytuacji, w szczególności kobiet na obszarach

- liczba spotkań dot. lokalnego dziedzictwa i jego ochrony.

W planie komunikacji zaplanowano również wskaźnik dotyczący animowania społeczności lokalnych do wdrażania innowacji na obszarach wiejskich: liczba szkoleń dot. wdrażania innowacji na obszarach wiejskich.

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

LGD zaangażowana we wdrażanie LSR jest zobligowana do regularnego prowadzenia badań ewaluacyjnych i oceny skuteczności prowadzonych działań komunikacyjnych pod kątem osiągnięcia planowanych efektów, a także racjonalnego wykorzystania budżetu planu komunikacji. W związku z tym będą publikowane na stronie LGD te informacje w formie zestawień 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.

Wyniki działań realizowanych w ramach planu komunikacji będą upubliczniane za pomocą internetowych środków przekazu. Raporty z ewaluacji będą umieszczane do publicznej wiadomości na stronie internetowej LGD.

W przypadku, gdy uzyskane efekty nie są zadowalające, LGD wskaże sposób skorygowania planu komunikacji między innymi poprzez niezwłoczne ponowne przeprowadzenie kampanii informacyjnej.

V. Indyktywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem głównych wydatków

Szacunkowe planowane koszty finansowania poszczególnych elementów planu komunikacji zostały uwzględnione w budżecie Lokalnej Grupy Działania w kompetencji Zarządzanie LSR.

Wydatki na gadżety reklamowe i publikacje wymagające druku zostaną zminimalizowane. Ich poniesienie będzie uzasadnione jedynie w sytuacji, kiedy LGD identyfikuje grupę interesariuszy, do której nie można dotrzeć w inny sposób z planowanymi działaniami komunikacyjnymi. Zaplanowany przez LGD budżet na poszczególne działania komunikacyjne uwzględnia tabela nr1.

Stowarzyszenie "WIR"

Wiejska Inicjatywa Rozwoju

ul. Ślaska 9, 73-110 Stargard

tel. 91 573 43 78

NIP 854 22 61 407, Regon 320171981

PREZES ZARZĄDU

Elżbieta Rink

ZA ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

Stogół

06. 06. 2023

Budżet i źródło finansowania	Cel komunikacji	Działanie komunikacyjne	Adresaci (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki		Planowane efekty	Częstotliwość monitoringu i ewaluacji
					Jednostka miary	Wartość		
1 000 EUR PS WPR EFS+ Zarządzanie LSR	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych z 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 i EFS+	kampania informacyjna dot. obowiązków komunikacyjnych beneficjentów	wszyscy potencjalni wnioskodawcy w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy organizacje pozarządowe, JSFP, mieszkańcy obszaru, w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji	informacje na oficjalnej internetowej stronie LGD	liczba artykułów	4 szt.	poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI	bieżące monitorowanie, ewaluacja okresowa
1 000 EUR PS WPR,	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców	kampania informacyjna nt. głównych	potencjalni wnioskodawcy, w szczególności	informacje na oficjalnej internetowej	liczba artykułów	4 szt.	poinformowanie potencjalnych	bieżące monitorowanie,

06.06.2023

Stowarzyszenie "WPR"
Wojewódzka Inicjatywa Rozwoju
ul. Świdła 9, 73-110 Głogów
tel. 01 574 65 70
www.wpr.glogow.pl

ZA ZGODNOŚCIĄ
Z OZGODN. RM

Szczepan

EFŚ+ Zarządzane LSR	o LGD i LSR (głównych zasadach przyznawania do finansowania oraz stosowanych procedurach)	założeń LSR	rolnicy, JSFP, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy, w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji	• stronie LGD, mailing oraz strony internetowe gmin partnerskich, informacje na portalach społecznościowych, oraz mediach o zasięgu lokalnym	liczba informacji na portalach społecznościowych oraz mediach o zasięgu lokalnym	wnioskodawców o LGD i LSR	ewaluacja okresowa
1 000 EUR PS WPR, EFŚ+ Zarządzanie LSR	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów	Spotkania informacyjne – szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, JSFP, mieszkańcy, w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji	szkolenia	liczba szkoleń / liczba osób zaproszonych	podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji/udział w spotkaniach co najmniej 50% zaproszonych	bieżące monitorowanie, ewaluacja okresowa
5 000 EUR PS WPR, EFŚ+ Zarządzanie	Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji	informowanie nt. warunków i sposobów realizacji	beneficjenci oraz wnioskodawcy, w tym ludzie młodzi,	doradztwo indywidualne	liczba osób w rejestrze doradztwa	podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków	bieżące monitorowanie, ewaluacja

Stowarzyszenie "WIR"

Wiejska Inicjatywa Rozwoju
ul. Ślaska 9, 73-110 Stargard
tel. 91 573 43 75

NIP 054 22 61 407, Regon 320171981

ZA ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

Stowarzyszenie

06.06.2023

LSR	projektów	rozliczania projektów	seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji	szkolenia	liczba spotkań/ liczba osób zaproszonych	24 spotkania/ zaproszenie min. 30 osób na każde szkolenie	i sposobów realizacji i rozliczenia operacji/udział w spotkaniach co najmniej 50% zaproszonych	okresowa
1 000 EUR PS WPR, EFS+ Zarządzanie LSR	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	kampania informacyjna nt. terminów przyjmowanych wniosków	potencjalni wnioskodawcy w zależności od naboru, w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji	informacje na oficjalnej internetowej stronie LGD,	liczba artykułów na stronach internetowych	14 szt.	poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	bieżące monitorowanie ewaluacja okresowa
				mailing oraz strony internetowe gmin partnerskich, informacje na portalach społecznościowych, fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym	liczba informacji na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym	2 szt.		

Stowarzyszenie "WIR"

Wojewska Inicjatywa Rozwoju
ul. Śląska 9, 73-110 Stargard
tel. 91 573 43 78

NIP 664 22 61 407, Regon 320171981

ZA ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

06.06.2023

Szwedzi

1 000 EUR PS WPR, EFS+ Zarządzanie LSR	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 rozliczenia realizowanych operacji	wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji, w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji	ankieta wypełniana po doradztwie	liczba ankiet dystrybuowanych wśród wnioskodawców i beneficjentów	100 szt./zwrót ankiet na poziomie 50%	uzyskanie zewnętrznej wiedzy nt. jakości doradztwa w celu np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych	bieżące monitorowanie, ewaluacja okresowa
2000 EUR PS WPR, EFS+ Zarządzanie LSR	Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania	kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR	mieszkańcy obszaru LGD, w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji	informacje na oficjalnej internetowej stronie LGD, mailing oraz strony internetowe gmin partnerskich, informacje na portalach społecznościowych, fanpage LGD oraz mediach o zasięgu lokalnym	liczba artykułów na stronach internetowych liczba informacji na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym liczba konferencji/ liczba osób zaproszonych	1 szt. 1 szt. 1 szt./zaproszenie min. 80 osób	poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie/ udział w spotkaniach co najmniej 50% zaproszonych	bieżące monitorowanie, ewaluacja końcowa

Stowarzyszenie "WIR"

Wielka Inicjatywa Rozwoju
ul. Śląska 9, 73-110 Stargard

tel. 91 578 43 78

NIP 854 22 51 407, Regon 3201, 31

ZA ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

06.06.2023

Świątkiewicz

							</		

06.06.2023

Szaryda

tel. 91 570 40 78

NIP 854 22 91 907, Regon 320171931

[illegible]

Źródło: Opracowane własne LGD.

06.06.2023
Sergey

Słownictwo "VIR"
Wojciecha Incjalywa Rozwoju
ul. Śleska 9, 73-110 Stargard
tel. 91 576 43 72
KIP 354 22 41 407, Regon 32071981

ZA AGDWSG
Z OREGUNZET