

Plan Komunikacji z lokalną społecznością Stowarzyszenia „Dolina Wełny”

Plan komunikacji z lokalną społecznością jest dokumentem określającym reguły prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych przez Stowarzyszenie „Dolina Wełny” w odniesieniu do środków pomocowych Unii Europejskiej – EFSI.

1. Prezentacja głównych celów i przesłanek leżących u podstaw jego opracowania.

Komunikacja w procesie tworzenia i wdrażania lokalnej strategii rozwoju jest warunkiem nieodzownym 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, która w swojej działalności korzysta ze środków publicznych. Plan komunikacji dotyczy konkretnych działań i projektów oraz ściśle powiązany jest z Planem Działania LGD w procesie wdrażania LSR.

Plan Komunikacji w swojej konstrukcji zawiera opis celów, działań komunikacyjnych przyporządkowanych tym celom, a także środków i narzędzi przekazu informacji, jakich LGD zamierza używać w komunikowaniu się na poszczególnych etapach LSR. Służy także identyfikacji występujących problemów komunikacyjnych (poprzez monitoring i ewaluację), dzięki czemu jest narzędziem kształtującym poziom współpracy i zaangażowania partnerów LGD.

W wyniku ewaluacji okresu wdrażania 2014-2020, szerokiej ankietyzacji obszaru, a także podczas spotkań konsultacyjnych ze społecznością lokalną z obszaru Stowarzyszenia „Dolina Wełny” zidentyfikowano następujące potrzeby w obszarze komunikacji:

- informowanie o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI;
- informowanie o głównych założeniach LSR (celach, zasadach przyznawania pomocy oraz stosowanych procedurach);
- informowanie o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów;
- informowanie na temat warunków i sposobie realizacji oraz rozliczania projektów;
- informowanie o efektach wdrażania LSR.

W ramach niniejszej Planu Komunikacji wyodrębniono następujące cele:

1. Informowanie mieszkańców obszaru LGD o:

- obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI,
- Lokalnej Strategii Rozwoju Kierowanego przez Społeczność – o jej założeniach (celach, przedsięwzięciach i wskaźnikach), a także o warunkach skorzystania z pomocy,
- terminach naborów wniosków na poszczególne działania wraz ze szczegółową informacją o warunkach tych naborów,
- stanie realizacji LSR w tym poziomie realizacji celów LSR i poszczególnych wskaźników,

2. Informowanie wnioskodawców o wynikach naborów wniosków, a także pozostałych elementach i terminach procedury oceny i wyboru operacji do finansowania.

3. Uzyskanie informacji zwrotnej na temat:

- oceny jakości pomocy (doradztwa, szkoleń, konsultacji) świadczonej przez LGD,
- przebiegu i zakończenia realizacji operacji dofinansowanych przez LGD,
- rozpoznawalności LGD na terenie jej działania,

- jakości działań informacyjno-szkoleniowych.

4. Poprawa jakości działań komunikacyjnych prowadzonych w ramach Planu Komunikacji – w przypadku zaistnienia konieczności skorygowania Planu Komunikacji.

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.

Przewidywane kategorie działań komunikacyjnych obejmują:

- kampanie informacyjne kierowane do ogółu społeczności lokalnej, w tym potencjalnych beneficjentów. Celem kampanii będzie szeroka informacja o samej LSR, zaplanowanych w niej przedsięwzięciach i kryteriów oceny wniosków, efektów wdrażania LSR. W kampaniach zostaną wykorzystane przede wszystkim środki masowego przekazu oraz spotkania bezpośrednie,
- kompleksowe doradztwo dla wnioskodawców (w Biurze Stowarzyszenia, podczas szkoleń/spotkań informacyjnych),
- w ramach działań komunikacyjnych będzie wykorzystany pełen zakres środków przekazu: strony internetowe, portale społecznościowe, spotkania, szkolenia, media o zasięgu lokalnym, ankiety. Komunikacja wewnętrzna Stowarzyszenia jest uregulowana w dokumentach pracy Biura i regulaminach organów, które określają zasady prowadzenia dokumentacji związanej z procesem wdrażania LSR, jako monitorowaniem i ewaluacją.

Grupy docelowe, do których kierowane będą poszczególne działania komunikacyjne wynikają z LSR i zapisanych tam celów. Ogólnie możemy tutaj mówić o społeczności lokalnej oraz faktycznych i potencjalnych beneficjentach. Uszczegóławiając, możemy stwierdzić, iż głównymi grupami docelowymi działań komunikacyjnych są: mieszkańcy obszaru LGD, jednostki sektora finansów publicznych, instytucje, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, lokalni liderzy, kobiety, młodzież, seniorzy, w tym osoby w niekorzystnej sytuacji określone w LSR, potencjalni uczestnicy wydarzeń prowadzonych przez LGD, potencjalni wnioskodawcy w ramach naborów LSR (w tym także reprezentujący poprzednio wymienione grupy), wnioskodawcy, którzy złożyli wnioski o finansowanie operacji, osoby korzystające z doradztwa i konsultacji w Biurze oraz podczas spotkań prowadzonych przez LGD, beneficjenci operacji realizowanych w ramach LSR, respondenci badań ankietowych prowadzonych przez LGD oraz Pracownicy Biura i członkowie Zarządu Stowarzyszenia.

Szczegółowy zakres Planu Komunikacji to:

- a) prezentacja głównych celów i przesłanek leżących u podstaw opracowania Planu Komunikacji;
- b) opis działań komunikacyjnych i grup docelowych oraz narzędzi i środków przekazu, w tym działań podejmowanych w przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD;
- c) opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych;
- d) analizę efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu (w tym tryb korygowania planu komunikacji);
- e) opis sposobu wykorzystania w procesie realizacji LSR wniosków/opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych;
- f) informację o budżecie przewidzianym na działania komunikacyjne.

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

Głównymi wskaźnikami stosowanymi w Planie Komunikacji, a służącymi do podsumowania działań komunikacyjnych są:

- ◆ liczba informacji na stronie internetowej LGD i gmin członkowskich,
- ◆ liczba informacji na portalu społecznościowym LGD,

- ◆ liczba wysłanych wiadomości mailowych,
- ◆ liczba zorganizowanych spotkań informacyjno-szkoleniowych,
- ◆ liczba podmiotów/osób którym udzielono doradztwa bezpośredniego w Biurze LGD,
- ◆ liczba opublikowanych komunikatów w mediach o zasięgu lokalnym,
- ◆ liczba ankiet rozdysponowanych wśród odbiorców usług LGD, wśród beneficjentów.

Zakładane koszty zostały określone w tabeli poniżej.

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

Stowarzyszenie „Dolina Wełny” będzie regularnie przeprowadzać badania efektywności stosowanych środków przekazu i działań komunikacyjnych. Badanie to będzie obejmowało mierzenie zasięgu komunikacji, stopnia zaangażowania odbiorców, świadomości celów oraz innych wskaźników związanych z osiąganiem zamierzonych efektów komunikacyjnych. Na podstawie wyników badania LGD przeprowadzi analizę, oceniając skuteczność i efektywność stosowanych środków przekazu i działań komunikacyjnych. Analiza będzie polegała na porównaniu wyników z zakładanymi celami komunikacyjnymi, aby ocenić czy osiągnięto zamierzone rezultaty.

W przypadku wystąpienia problemów w realizacji planu komunikacji, LGD dostosuje swoje działania komunikacyjne wprowadzając poprawki/modyfikacje w celu poprawy ich skuteczności. LGD będzie monitorować i oceniać wykorzystanie budżetu planu komunikacji w kontekście osiągnięcia zamierzonych efektów komunikacyjnych. W przypadku stwierdzenia nieefektywnego wykorzystania budżetu w planie komunikacji i braku oczekiwanych rezultatów, LGD rozważy przesunięcie środków finansowych na inne, bardziej efektywne działania.

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

Stowarzyszenie „Dolina Wełny” zakłada, że budżet prowadzonych działań komunikacyjnych będzie poniesiony w części w ramach kosztów bieżących (w ramach obowiązków służbowych pracowników) oraz w wysokości 10 250 EURO, w tym proporcjonalnie z poszczególnych funduszy: EFRROW, EFRR, FSI+. Nie zakłada się wydatków na gadzety reklamowe i publikacje wymagające druku.

Plan Komunikacji ze społecznością lokalną w ramach realizacji LSR.

Lp.	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	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
1.	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych 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	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jednostki sektora finansów publicznych	<ul style="list-style-type: none"> Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD 	<p><u>Wskaźnik:</u> → artykuł zamieszczony na stronie internetowej LGD (9 szt.), aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	<p>Praca bieżąca Biura w ramach kosztów bieżących 0,00 €</p> <p><u>Źródło finansowania:</u> EFRROW EFRR EFS+</p>	Monitoring oglądalności strony internetowej LGD
2.	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 rolnicy, jednostki sektora finansów publicznych, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji	<ul style="list-style-type: none"> Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD, Rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną-mailing, Strona internetowa gmin członkowskich Informacje na portalach społecznościowych LGD-fanpage LGD Informacje w mediach o zasięgu lokalnym 	<p><u>Wskaźnik:</u> → liczba artykułów na stronach internetowych (60 szt.) → liczba artykułów na portalach społecznościowych LGD-fanpage LGD (6 szt.) → liczba informacji w mediach o zasięgu lokalnym (10 szt.)</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR</p>	<p>Praca bieżąca Biura w ramach kosztów bieżących 0,00 € + 1 000 €</p> <p><u>Źródło finansowania:</u> EFRROW 600 € EFRR 200 € EFS+ 200 €</p>	Monitoring oglądalności strony internetowej LGD, ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD, badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD
3.	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania	Spotkania informacyjno-szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczania operacji	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy,	<ul style="list-style-type: none"> Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD, Spotkania informacyjno-szkoleniowe, 	<p><u>Wskaźnik:</u> → liczba artykułów na stronach internetowych (20 szt.)</p>	Praca bieżąca Biura w ramach	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po

	środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów		organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jednostki sektora finansów publicznych, grupy osób w niekorzystnej sytuacji	<ul style="list-style-type: none"> Ogłoszenia na portalach społecznościowych LGD-fanpage LGD 	<p>→ liczba zorganizowanych spotkań informacyjno-szkoleniowych (20 szt.), w tym minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wniosków,</p> <p>→ liczba artykułów na portalach społecznościowych LGD-fanpage LGD (20 szt.)</p> <p><u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczania operacji</p>	<p>kosztów bieżących 0,00 € + 6 250 €</p> <p><u>Źródło finansowania:</u> EFRROW 2 400 € EFRR 1 450 € EFS+ 2 400 €</p>	spotkaniach informacyjno-szkoleniowych
4.	Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Beneficjenci oraz wnioskodawcy	<ul style="list-style-type: none"> Doradztwo indywidualne/szkolenia 	<p><u>Wskaźnik:</u> → Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart/ewidencji udzielonego doradztwa/liczba zorganizowanych szkoleń (300 os./ 10 szt.)</p> <p><u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów</p>	<p>Praca bieżąca Biura w ramach kosztów bieżących 0,00 € + 4 000 €</p> <p><u>Źródło finansowania:</u> EFRROW 1 600 € EFRR 800 € EFS+ 1 600 €</p>	Karta udzielonego doradztwa/ewidencja udzielonego doradztwa/Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu
5.	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków	Potencjalni wnioskodawcy – w zależności od naboru	<ul style="list-style-type: none"> Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD, Rozsyłanie informacji pocztą elektroniczną-mailing, Strona internetowa gmin członkowskich Ogłoszenia na portalach społecznościowych LGD-fanpage LGD Informacje w mediach o zasięgu lokalnym 	<p><u>Wskaźnik:</u> → liczba artykułów na stronach internetowych (100 szt.) → liczba artykułów na portalach społecznościowych LGD-fanpage LGD (20 szt.) → liczba informacji w mediach o zasięgu lokalnym (20 szt.)</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i</p>	<p>Praca bieżąca Biura w ramach kosztów bieżących 0,00 € + 2 500 €</p> <p><u>Źródło finansowania:</u> EFRROW 1 000 € EFRR 750 € EFS+ 750 €</p>	Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa

					możliwości realizacji operacji		
6.	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	<ul style="list-style-type: none"> Ankieta wypełniania po doradztwie 	<p><u>Wskaźnik:</u> → liczba ankiet rozdystrybuowanych wśród wnioskodawców i beneficjentów (300 szt.)</p> <p><u>Efekt:</u> Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych</p>	Praca bieżąca Biura w ramach kosztów bieżących 0,00 €	Badanie ankietowe
7.	Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania	Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	<ul style="list-style-type: none"> Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD, Rosyłanie informacji pocztą elektroniczną-mailing, Strona internetowa gmin członkowskich Ogłoszenia na portalach społecznościowych LGD-fanpage LGD Informacje w mediach o zasięgu lokalnym 	<p><u>Wskaźnik:</u> → liczba artykułów na stronach internetowych (60 szt.) → liczba artykułów na portalach społecznościowych LGD-fanpage LGD (6 szt.) → liczba informacji w mediach o zasięgu lokalnym (10 szt.)</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie</p>	Praca bieżąca Biura w ramach kosztów bieżących 0,00 € + 2 500 €	Monitoring oglądalności strony internetowej LGD i lokalnych mediów