

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

Prezentacja **głównych celów** i przesłanek leżących u podstaw opracowania Planu komunikacji z lokalną społecznością.

Skuteczna komunikacja jest niezbędnym elementem procesu wdrażania LSR. Wynika to wprost z cech podejścia LEADER, takich jak oddolność, zintegrowanie, partnerstwo, innowacyjność czy sieciowanie. Na ich podstawie opracowane zostały główne przesłanki planu komunikacji.

Skuteczna komunikacja wymaga wymiany informacji. Z tego względu przewidziano nie tylko sposoby przekazywania informacji mieszkańcom obszaru LSR, ale zaplanowano również systematyczne pozyskiwanie od nich komunikatów zwrotnych. W tym kontekście należy podkreślić, że plan komunikacji jest powiązany z systemem monitoringu i ewaluacji działań LGD oraz planem partycypacji zamieszczonym w rozdziale III LSR. Będzie to miało wpływ na zdolność Stowarzyszenia do zarządzania procesem wdrażania LSR.

Zaplanowano liczne działania, które wesprzeć mają stosowane przez LGD sposoby wdrażania innowacji. Szczególne starania zostaną dołożone by poinformować potencjalnych beneficjentów o zawartej w LSR definicji innowacyjności. Wnioskodawcom udzielona zostanie pomoc w przygotowaniu propozycji operacji zawierających elementy innowacyjne w ramach przewidzianych przedsięwzięć.

Komunikowanie się będzie istotnym aspektem procesu wzmocnienia partnerstwa na obszarze LSR. Działania w tym zakresie będą kierowane do członków Stowarzyszenia oraz do ogółu społeczności. Zaplanowano również działania, które mają ułatwić realizację operacji w partnerstwie oraz projektów partnerskich, co powinno się przyczynić do zwiększenia wartości dodanej LSR.

Dobór środków przekazu dla poszczególnych grup docelowych poparty został wynikami spotkań konsultacyjnych odbywających się w każdej gminie wchodzącej w skład obszaru objętego wdrażaniem LSR. To szczególnie istotne w przypadku osób w niekorzystnej sytuacji. Zaplanowano działania kierowane bezpośrednio do grup w niekorzystnej sytuacji (osoby niepełnosprawne), osób młodych i osób w wieku senioralnym.

Przesłanką leżącą u podstaw planu komunikacji jest również dążenie do maksymalizacji efektów realizacji LSR. Wiąże się to z działaniem na rzecz aktywizacji społeczności, upowszechniania postaw przedsiębiorczych, umożliwiania partycypacji społecznej w procesie zarządzania wdrażaniem LSR, dążeniu do realizacji operacji partnerskich, w partnerstwie i innowacyjnych, a także umacniania postaw obywatelskich i zwiększenie poziomu kapitału ludzkiego i społecznego. Zaplanowano działania komunikacyjne w ten sposób, aby zrealizować wszystkie z wymienionych założeń. Dodatkowo w planie komunikacji przewidziano sposoby informowania społeczności lokalnej o efektach realizacji LSR.

Plan komunikacji uwzględnia realizację obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez Instytucję Zarządzającą oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR.

Cele główne Planu komunikacji:

- 1. Motywowanie do wspólnego działania na rzecz rozwoju obszaru LGD.**
- 2. Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny. Animowanie społeczności do wdrażania innowacji. Przygotowanie beneficjentów do poprawnego wypełniania dokumentacji konkursowej. Promocja działań LGD zachęcająca do składania wniosków – dobre praktyki.**
- 3. Konsultowanie zmian w LSR, ewaluacja i monitoring oraz zachęcanie do zaangażowania we wdrażanie LSR.**
- 4. Wsparcie dla osób niepełnosprawnych, osób młodych poniżej 25 roku życia, osób powyżej 60 roku życia.**

Działania komunikacyjne:

- 1. Wzmacnianie partnerstwa i współpracy.**
- 2. Kompleksowa obsługa projektów.**
- 3. Partycypacyjny oraz inkluzywny charakter wdrażania LSR.**
- 5. Wsparcie dla osób niepełnosprawnych, osób młodych poniżej 25. roku życia, osób powyżej 60. roku życia.**

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

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 itd.

Najważniejszym elementem planu komunikacyjnego jest zamieszczona w nim tabela nr 1. Tabela została skonstruowana w ten sposób, aby w sposób przejrzysty i zrozumiały prezentować najważniejsze informacje dotyczące:

- planowanych do podjęcia działaniach komunikacyjnych;
- grup docelowych wraz ze stosowanymi środkami przekazu, które będą wykorzystywane;
- opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych (wraz z jednostką miary) oraz efektów działań komunikacyjnych (wraz z jednostką miary);
- zakładany budżet na realizację poszczególnych działań komunikacyjnych.

Przyjęcie takiego rozwiązania ma na celu ułatwienie wszystkim osobom zainteresowanym dotarcie oraz zapoznanie się z tym dokumentem. Jest to wprost realizacja jednego z fundamentalnych założeń wdrażania LSR i zarządzania organizacją jakim jest maksymalizacja inkluzywnej formuły działania.

W planie komunikacji uwzględniono działania prewencyjne, które mają minimalizować ryzyko niedostatecznego zaangażowania społeczności w realizację LSR i braku jej poparcia dla tego procesu. Chodzi tu nie tylko o informowanie mieszkańców obszaru o podejmowanych działaniach, ale również o włączenie ich w zarządzanie wdrażaniem LSR poprzez proces ewaluacji i możliwość zgłaszania pomysłów na nowe działania. W przypadku wystąpienia problemów w realizacji LSR możliwe będzie skorygowanie podejmowanych działań. Szczególną rolę będą tu odgrywać coroczne spotkania refleksyjne w czasie których przedstawiciele społeczności będą mogli formułować rekomendacje odnośnie do zmian. Organem LGD odpowiedzialnym za ich wdrożenie jest Zarząd.

Decyzję o korygowaniu planu komunikacji podejmuje Zarząd. Decyzja musi być poprzedzona konsultacjami społecznymi, które obejmą co najmniej wysłanie do członków LGD informacji o proponowanych zmianach oraz umieszczenie informacji na ich temat na stronie internetowej.

Działania komunikacyjne:

1. Wzmacnianie partnerstwa i współpracy.

Grupy docelowe: członkowie LGD, mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy, grupy nieformalne, rolnicy.

Środek przekazu: strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR, ankieta, telefon, e-mail, komunikatory internetowe, spotkanie informacyjno-konsultacyjne, komunikacja bezpośrednia.

2. Kompleksowa obsługa projektów.

Grupy docelowe: mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy, rolnicy.

Środek przekazu: spotkania informacyjne, strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR, komunikacja bezpośrednia, telefon, e-mail.

3. Partycypacyjny oraz inkluzywny charakter wdrażania LSR.

Grupy docelowe: mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy, rolnicy.

Środek przekazu: ankieta, strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR, komunikacja bezpośrednia, komunikatory internetowe. Chodzi tu nie tylko o informowanie mieszkańców obszaru o podejmowanych działaniach, ale również o włączenie ich w zarządzanie wdrażaniem LSR poprzez proces ewaluacji i możliwość zgłaszania pomysłów na nowe działania. W przypadku wystąpienia problemów w realizacji LSR możliwe będzie skorygowanie podejmowanych działań. Szczególną rolę będą tu odgrywać coroczne spotkania refleksyjne w czasie których przedstawiciele społeczności będą mogli formułowanie rekomendacje odnośnie do zmian.

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

4. Wsparcie dla osób niepełnosprawnych, osób młodych poniżej 25. roku życia i osób powyżej 60. roku życia

Grupy docelowe: osoby młode poniżej 25. roku życia, osoby powyżej 60. roku życia, osoby niepełnosprawne.

Środek przekazu: strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR, spotkania informacyjne, plakat.

Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych.

1. **Artykuły** mają na celu informowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR, upowszechnianie informacji na temat efektów realizacji LSR, upowszechnianie informacji na temat innowacji, o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny, poinformowanie mieszkańców obszaru LGD o możliwości realizacji działań na rzecz osób młodych, upowszechnianie informacji na temat wsparcia na rzecz osób niepełnosprawnych. **Wartość wskaźnika: 24 szt.**
2. **Ankiety** mają na celu włączenie mieszkańców obszaru LGD w poszukiwanie nowych sposobów działania Stowarzyszenia oraz pozyskanie informacji zwrotnej na temat działań LGD, pozyskanie informacji zwrotnej na temat jakości świadczonego doradztwa i porad. **Wartość wskaźnika: 420 szt.**
3. **Porady** mają na celu poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwości realizacji projektów partnerskich, grantowych, operacji własnych. **Wartość wskaźnika: 72 szt.**
4. **Rejestr podmiotów z obszaru LGD zainteresowanych realizacją projektów partnerskich** ma na celu ułatwienie podmiotom z obszaru LGD realizację projektów partnerskich. **Wartość wskaźnika: 1 szt.**
5. **Spotkania informacyjno-konsultacyjne i informacyjne** mają na celu poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwości realizacji projektów partnerskich, poinformowanie mieszkańców obszaru o możliwości realizacji operacji innowacyjnych w ramach wdrażania LSR, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny, poinformowanie mieszkańców obszaru LGD o możliwości realizacji działań na rzecz seniorów. **Wartość wskaźnika: 10 szt.**
6. **Imprezy** mają na celu zwiększenie rozpoznawalności LGD i poinformowanie o efektach realizacji LSR. **Wartość wskaźnika: 11 szt.**
7. **Raport ewaluacyjny** ma na celu poinformowanie o stanie wdrażania LSR. **Wartość wskaźnika: 6 szt.**
8. **Warsztat refleksyjny** ma na celu zaangażowanie mieszkańców obszaru i członków LGD w ewaluację działań Stowarzyszenia oraz wypracowanie nowych pomysłów na działania. **Wartość wskaźnika: 6 szt.**
9. **Doradztwo** prowadzone będzie w celu poinformowania potencjalnych beneficjentów do realizacji operacji innowacyjnych, poinformowanie mieszkańców obszaru o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny. **Wartość wskaźnika: 600 szt.**
10. **Plakat** ma na celu poinformowanie mieszkańców obszaru LGD o możliwości realizacji działań na rzecz seniorów. **Wartość wskaźnika: 3 szt.**

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

Do każdego z działań komunikacyjnych przyporządkowano konkretne środki przekazu, którym z kolei przyporządkowano jednoznaczne wskaźniki pozwalające na ewidencjonowanie prowadzonych działań komunikacyjnych. Dane te będą poddawane ocenie pod kątem skuteczności i efektywności na corocznych spotkaniach refleksyjnych. W okresie pomiędzy spotkaniami, mieszkańcy obszaru będą mogli zgłaszać swoje uwagi i propozycje poprzez formularze kontaktowe i ankiety. Uwagi i propozycje będą stanowiły materiał merytoryczny do podsumowywania w ramach raportów i spotkań refleksyjnych. Dodatkowo, plan komunikacji stanowi jeden z elementów podlegających monitoringowi i badaniu ewaluacyjnemu opisanych w rozdziale X LSR. Bieżące monitorowanie postępów i efektów realizacji planu komunikacji ma na celu zwiększenie efektywności zaplanowanej komunikacji, obserwację skuteczności wymiany informacji w stosunku do wszystkich grup docelowych, a w konsekwencji bieżące dostosowywanie środków przekazu w celu osiągnięcia optymalnej efektywności w komunikacji. W ten sposób identyfikowane będą ewentualne przyczyny nieskuteczności planu komunikacji, co z kolei umożliwi wprowadzanie działań zaradczych.

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

Indykatywny **budżet** przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem **głównych kategorii wydatków - przy założeniu minimalizacji wydatków na gadżety reklamowe oraz publikacji wymagających druku.**

W planie komunikacji przewidziano stosowanie środków przekazu dostosowanych do potrzeb różnych grup odbiorców. W większości przypadków postawiono na komunikację bezpośrednią (spotkania, szkolenia, doradztwo) oraz komunikację zapośredniczoną przez Internet (email, komunikatory internetowe, strony internetowe, media społecznościowe). W ramach projektowania poszczególnych działań i doboru środków przekazu zadbano o to, aby wyeliminować wydatki na gadżety reklamowe oraz wydatki na publikacje wymagające druku zgodnie z interpretacją MRiRW. Większość kosztów realizacji planu komunikacji poniesionych zostanie w ramach etatów pracowników biura Stowarzyszenia „Wrota Karpat”.

Budżet przewidziany na realizację Planu komunikacji wynosi 12 875 EUR. Źródło finansowania fundusz EFRROW, EFRR i EFS+.

Kategorie wydatków:

- utrzymanie strony internetowej (domena i hosting)
- organizacja i prowadzenie spotkań informacyjno-konsultacyjnych i warsztatów refleksyjnych – koszty w ramach etatów pracowników
- uczestnictwo w imprezach w celu promocji działań LGD – koszty w ramach etatów pracowników
- opracowanie materiałów merytorycznych (artykuły, rejestr, ankiety i podsumowanie ankiet, materiały promocyjne, ewaluacja wewnętrzna, plakat) – koszty w ramach etatów pracowników
- zamieszczanie materiałów merytorycznych na stronie www Stowarzyszenia – koszty w ramach etatów pracowników
- doradztwo bezpośrednie, telefoniczne, mailowe, porady – koszty w ramach etatów pracowników

Tabela nr 1

Termin rok	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci i działania komunikacyjne – grupa docelowa	Środki przekazu	Planowane do osiągnięcia wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego	Planowane efekty działania komunikacyjnego	Budżet	Planowany budżet działania komunikacyjnego ze wskazaniem głównych kategorii wydatków oraz źródła finansowania (fundusz: EFRROW, EFRR, EFS+).
2024-2029	Motywowanie Wzmacnianie działań na rzecz rozwoju obszaru LGD	Wzmacnianie partnerstwa i współpracy	Członkowie LGD, mieszkańcy obszaru	Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe	Liczba artykułów na temat wdrażania LSR opublikowanych na stronie internetowej LGD Jednostka miary: artykuł (6)	Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR	225 EUR	1 102,50 EURO Koszty w ramach etatów (opracowanie merytoryczne artykułu, zamieszczenie na

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

			LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy, grupy nieformalne	podmiotów z obszaru LGD				stronie, opracowanie ankiety, wprowadzenie na stronę www, podsumowanie coroczne, utworzenie rejestru i coroczna aktualizacja, organizacja spotkania)
				Ankieta	Liczba ankiet wypełnionych przez mieszkańców obszaru, Jednostka miary: ankieta (300)	Włączenie mieszkańców obszaru LGD w poszukiwanie nowych sposobów działania Stowarzyszenia oraz pozyskanie informacji zwrotnej na temat działań LGD	270 EUR	źródło finansowania: EFRROW, EFRR, EFS+ (w proporcjach odpowiednio: 70%, 15%, 15%)
				Komunikacja bezpośrednia, telefon, e-mail, komunikatory internetowe	Liczba porad udzielonych potencjalnym beneficjentom, Jednostka miary: porada (72)	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwości realizacji projektów partnerskich, grantowych, operacji własnych	270 EUR	
				Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych	Liczba zamieszczonych na stronie internetowej rejestrów podmiotów z obszaru LGD zainteresowanych realizacją projektów partnerskich, Jednostka miary: rejestr (1)	Ułatwienie podmiotom z obszaru LGD realizacji projektów partnerskich	262,50 EUR	
				Spotkanie informacyjno-konsultacyjne	Liczba spotkań dla potencjalnych beneficjentów, Jednostka miary: spotkanie (1)	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwości realizacji projektów partnerskich	75 EUR	
2024-2029	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny. Animowanie społeczności do wdrażania innowacji. Przygotowanie beneficjentów do poprawnego wypełniania	Kompleksowa obsługa projektów	Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy, rolnicy	Spotkanie informacyjne	Liczba spotkań dla mieszkańców gmin z obszaru LSR, Jednostka miary: spotkanie (6)	Poinformowanie mieszkańców obszaru o możliwości realizacji operacji innowacyjnych w ramach wdrażania LSR, zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny	540 EUR	3 015 EUR Koszty w ramach etatu (organizacja spotkań, opracowanie artykułu i zamieszczenie na stronie) oraz utrzymanie strony internetowej (domena i hosting)
				Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o operacjach w ramach realizacji LSR, o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny, z uwzględnieniem innowacyjności Jednostka miary: artykuł (6)	Upowszechnianie informacji na temat innowacji, o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny	225 EUR	

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	dokumentacji konkursowej. Promocja działań LGD zachęcająca do składania wniosków – dobre praktyki			Doradztwo	Liczba doradztwa w celu poinformowania o zasadach realizacji i projektów partnerskich Jednostka miary: doradztwo (600)	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o realizacji operacji innowacyjnych, poinformowanie mieszkańców obszaru o zasadach przyznawania dofinansowania, typach operacji oraz kryteriach oceny	2 250 EUR	
2024-2029	Konsultowanie zmian w LSR, ewaluacja i monitoring oraz zachęcanie do zaangażowania we wdrażanie LSR	Partycypacyjny oraz inkluzyjny charakter wdrażania LSR	Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy, rolnicy	Ankieta	Liczba ankiet oceniających jakość porad i doradztwa wykonanych przez osoby z nich korzystające Jednostka miary: ankieta (120)	Pozyskanie informacji zwrotnej na temat jakości świadczonego doradztwa i porad	90 EUR	8 240 EUR Koszty w ramach etatów (opracowanie merytoryczne ankiety oraz cykliczne opracowanie jej podsumowania, opracowanie merytoryczne artykułu, zamieszczenie na stronie, opracowanie merytoryczne materiałów promocyjnych na imprezy oraz udzielanie informacji w trakcie imprezy, zebranie i podsumowanie danych do corocznej ewaluacji, przygotowanie i prowadzenie corocznych warsztatów refleksyjnych) Koszty zewnętrzne (opracowanie 2 szt. ewaluacji zewnętrznej, utrzymanie strony internetowej - domena i hosting) źródło finansowania:
				Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba raportów opublikowanych na stronie informujących o efektach realizacji, Jednostka miary: artykuł (6)	Upowszechnianie informacji na temat efektów realizacji LSR	450 EUR	
				Komunikacja bezpośrednia	Liczba imprez w gminach z obszaru LSR, na których prezentowano LGD Jednostka miary: impreza (11)	Zwiększenie rozpoznawalności LGD i poinformowanie o efektach realizacji LSR	1 650 EUR	
				Monitoring i ewaluacja	Liczba raportów ewaluacyjnych, Jednostka miary: raport ewaluacyjny (6)	Poinformowanie o stanie wdrażania LSR	5 600 EUR	
				Komunikacja bezpośrednia	Liczba zrealizowanych warsztatów refleksyjnych Jednostka miary: warsztat (6)	Zaangażowanie mieszkańców obszaru i członków LGD w ewaluację działań Stowarzyszenia oraz wypracowanie nowych pomysłów na działania	450 EUR	

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

								EFROW, EFRR, EFS + (w proporcjach odpowiednio: 70%, 15%, 15%)
2024-2029	Wsparcie dla osób niepełnosprawnych osób młodych poniżej 25. roku życia osób powyżej 60. roku życia	Wsparcie dla osób niepełnosprawnych osób młodych poniżej 25. roku życia osób powyżej 60. roku życia	Osoby do 25. roku życia	Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o operacjach aktywizujących osoby młode, Jednostka miary: artykuł (3)	Poinformowanie mieszkańców obszaru LGD o możliwości realizacji działań na rzecz osób młodych	112,50 EUR	517,50 EUR Koszty w ramach etatów (Organizacja spotkania, opracowanie artykułu i zamieszczenie na stronie, opracowanie plakatu) źródło finansowania: EFROW, EFRR, EFS + (w proporcjach odpowiednio: 70%, 15%, 15%)
			Osoby powyżej 60. roku życia	Spotkania informacyjne	Liczba spotkań dla organizacji działających na rzecz seniorów w gminach obszaru LGD, Jednostka miary: spotkanie (3)	Poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz seniorów	225 EUR	
				Plakat	Liczba plakatów informujących o możliwości realizacji operacji na rzecz osób starszych wywieszonych w siedzibach podmiotów działających na obszarze LSR, Jednostka miary: plakat (3)	Poinformowanie mieszkańców obszaru LGD o możliwości realizacji działań na rzecz seniorów	67,50 EUR	
			Osoby niepełnosprawne	Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących dedykowanych osobom niepełnosprawnym Jednostka miary: artykuł (3)	Upowszechnianie informacji na temat wsparcia na rzecz osób niepełnosprawnych	112,50 EUR	