

Wielkopolska Lokalna Grupa Działania Kraina Lasów i Jezior

Plan komunikacji z lokalną społecznością

(załącznik nr 7 do wniosku o wybór LSR)

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

Celem planu komunikacji jest zarówno bieżące informowanie mieszkańców o stanie realizacji celów LSR (w tym o stopniu osiągnięcia celów i wskaźników), jak i bieżące informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR. Zakłada się, że intensyfikacja przekazu dotyczącego praktycznych aspektów realizacji zapisów dokumentu przełoży się na zwiększenie zaangażowania społeczności lokalnej w działalność LGD, a tym samym pozytywnie wpłynie na jakość zgłaszanych operacji i wniosków. Planowane działania mają wzbudzić zainteresowanie oraz zachęcić potencjalnych beneficjentów do aplikowania o środki, zwiększając liczbę zrealizowanych inwestycji, a przez to wzmocnić konkurencyjność i atrakcyjność obszaru Krainy Lasów i Jezior. Celem działań komunikacyjnych jest ponadto utrwalenie i pogłębienie akceptacji i przychylności mieszkańców obszaru LGD dla realizacji LSR. Podjęte założenia wynikają bezpośrednio z doświadczeń związanych z realizacją poprzedniej strategii (wyniki badań ewaluacyjnych), a także propozycji i uwag zgłaszanych przez uczestników otwartych spotkań informacyjno-konsultacyjnych. W toku analiz oraz dyskusji zidentyfikowano dotychczasowe problemy z komunikacją i promowaniem działalności LGD. Zaproponowany plan komunikacji ma za zadanie zlikwidować dotychczasowe niedostatki komunikacyjne, a także zagwarantować dwustronność przekazu oraz umożliwić pozyskiwanie informacji zwrotnej od mieszkańców.

Podczas spotkań konsultacyjnych ze społecznością lokalną z obszaru LGD zidentyfikowano następujące potrzeby w obszarze komunikacji:

- informowania o działaniach realizowanych przez LGD;
- informowanie o celach i przedsięwzięciach określonych w LSR;
- informowanie o założeniach PS WPR oraz FEW 2023-2027;
- informowanie o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR;
- promowanie lokalnych dobrych praktyk w zakresie wdrażania LSR.

Celem strategicznym planu komunikacji jest dotarcie do jak największej grupy potencjalnych wnioskodawców i beneficjentów przedsięwzięć LSR ze szczegółowymi, wiarygodnymi i aktualnymi informacjami dotyczącą zakresu, warunków i wysokości możliwego wsparcia finansowego.

Cele szczegółowe planu komunikacji to:

- wsparcie potencjalnych wnioskodawców w doskonaleniu umiejętności przygotowania wniosków i pozyskiwania środków finansowych z UE,
- okresowe informowanie lokalnych społeczności o stanie realizacji i ewentualnych zmianach LSR,
- edukacja grup docelowych włączonych w proces wdrażania LSR,

- popularyzowanie i promocja efektów realizacji projektów, które otrzymały wsparcie z LSR, w szczególności projektów innowacyjnych,
- prezentacja sukcesów we wdrażaniu LSR.

Jednym z efektów realizacji celu strategicznego i celów szczegółowych planu komunikacji będzie zbudowanie spójnego i pozytywnego wizerunku WLGD.

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 zakładają użycie szerokiego zakresu przedsięwzięć informacyjnych i informacyjno-promocyjnych skierowanych do ogółu społeczności lokalnej, w tym potencjalnych beneficjentów, w zakresie:

- informowania o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI;
- informowania nt. głównych założeń LSR oraz ujętych w niej przedsięwzięć i kryteriów oceny wniosków;
- organizacji i przeprowadzania spotkań informacyjno-szkoleniowych dotyczących przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji;
- informowania nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów;
- informowania nt. terminów przyjmowanych wniosków;
- realizacji badań satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji;
- informowania nt. głównych efektów wdrażania LSR.

W kampaniach zostaną wykorzystane następujące narzędzia i środki przekazu:

- zamieszczanie informacji na stronie internetowej LGD oraz stronach internetowych gmin członkowskich;
- zamieszczanie informacji w mediach lokalnych (artykuły);
- mailing;
- badania ankietowe;
- organizowanie spotkań informacyjno-szkoleniowych;
- kompleksowe doradztwo dla wnioskodawców (stacjonarne – w biurze LGD i niestacjonarne; szkolenia grupowe i doradztwo indywidualne).

W procesie komunikacji wyróżnić należy trzy podstawowe grupy docelowe:

- wnioskodawcy (projektodawcy);
- szeroko rozumiani beneficjenci projektów;
- ogół mieszkańców, w szczególności grupy osób w niekorzystnej sytuacji.

W planie komunikacji przewidziane są działania mające na celu pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR. Dane będą zbierane w formie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy, np. w zakresie komunikacji interpersonalnej). Dodatkowe informacje zbierane będą podczas działań informacyjnych o zasadach i efektach LSR skierowane do potencjalnych wnioskodawców oraz mieszkańców. Pozyskane w ten sposób informacje zostaną wykorzystane do aktualizacji LSR, procedur oraz ewentualnej zmiany funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy biura. W przypadku stwierdzenia, że któreś z działań komunikacyjnych nie przynosi pożądanych efektów, przewiduje się zastosowanie planu naprawczego. Polegać on będzie na modyfikacji dotychczasowych praktyk komunikacyjnych lub

zastąpieniu ich nowymi, które w ocenie LGD będą bardziej odpowiednie dla osiągnięcia wyznaczonych celów.

W przypadku stwierdzenia niezadowolenia z metod wdrażania LSR oraz nieprzychylności wobec braku działań podejmowanych przez LGD konieczne będzie wdrożenie środków zaradczych. Przewiduje się wśród nich przede wszystkim: organizację spotkań przedstawicieli LGD z mieszkańcami i beneficjentami oraz przeprowadzenie badań ankietowych, a także przyjmowanie uwag bezpośrednio w Biurze LGD. Po zebraniu opinii i wysłuchaniu uwag LGD będzie zobowiązana do odniesienia się do otrzymanych informacji zwrotnych, przygotowanie propozycji zmian LSR oraz ponowne skonsultowanie ich (tymi samymi metodami) ze społecznością lokalną.

3. Szczegóły Planu Komunikacji.

Cele komunikacji powiązane z konkretnymi działaniami komunikacyjnymi, wskazanie adresatów poszczególnych działań, a także narzędzi i środków przekazu zostały przedstawione w załączonej poniżej tabeli.

Tabela zawiera także opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych, opis sposobu, w jaki będzie analizowana efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu oraz indykatorywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem głównych kategorii wydatków.

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
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, jsfp	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuł zamieszczony na stronie LGD (liczba: 1 szt.), aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	0 €	Monitoring oglądalności strony LGD
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, jsfp, 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 - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje w mediach o zasięgu lokalnym 	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (liczba: 5 szt.) wysłanie informacji pocztą elektroniczną (liczba: 10 szt.) Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (liczba: 3 szt.)</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR</p>	1 000 € (w tym 610 € PS WPR, 160 € EFRR, 230 € EFS)	Monitoring oglądalności strony LGD, ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD

<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów</p>	<p>Spotkania informacyjno – szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jsfp, grupy osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>- Spotkania informacyjno-szkoleniowe</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (liczba: 10 szt., w tym minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wniosków)</p> <p><u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji</p>	<p>5 000 € (w tym 4 000 € PS WPR, 500 € EFRR, 500 € EFS)</p>	<p>Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych</p>
<p>Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów</p>	<p>Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów</p>	<p>Beneficjenci oraz wnioskodawcy</p>	<p>- Doradztwo indywidualne /szkolenia</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart/ewidencji udzielonego doradztwa/: 30 osób Liczba szkoleń: 3 szt.</p> <p><u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów</p>	<p>1 500 € (w tym 1 050 € PS WPR, 225 EFRR, 225 EFS)</p>	<p>Karta /ewidencja udzielonego doradztwa/ Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu</p>
<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji</p>	<p>Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków</p>	<p>Potencjalni wnioskodawcy – w zależności od naboru</p>	<p>-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (liczba: 7 szt.) wysłanie informacji pocztą elektroniczną (liczba: 7 szt.) Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 7 szt.)</p>	<p>1 500 € (w tym 1 050 € PS WPR, 225 EFRR, 225 EFS)</p>	<p>Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa</p>

			-Informacje w mediach o zasięgu lokalnym	<u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji		
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 (liczba: 100 szt.) <u>Efekt:</u> Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych	0 €	Badanie ankietowe
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	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (liczba: 5 szt.) wysłanie informacji pocztą elektroniczną (liczba: 5 szt.) Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 5 szt.)	1 000 € (w tym 610 € PS WPR, 160 € EFRR, 230 € EFS)	Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów

			- Informacje w mediach o zasięgu lokalnym	<u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie		
--	--	--	---	---	--	--