

# **Plan komunikacji z lokalną społecznością na lata 2024-2029 dla Partnerstwa Kaczawskiego**

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	Termin	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
<p>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</p>	<p>Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jsfp</p>	<p>- Informacje na stronie internetowej <a href="http://www.lgd.partnerstwo-kaczawskie.pl">www.lgd.partnerstwo-kaczawskie.pl</a></p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuł zamieszczony na stronie LGD (ilość: 1 ogółem), aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	<p>PS WPR 0 zł</p>	<p>2023/2024</p>	<p>Monitoring oglądalności strony LGD</p>
<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)</p>	<p>Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR</p>	<p>Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strony internetowe gmin członkowskich - Informacje na portalach społecznościowych - fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym - broszury informacyjne - gadzety promocyjne (notesy, długopisy, kalendarze biurowe ścienne, zakładki do książek – z informacją o LSR)</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych (ilość: 2 ogółem) Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 2 ogółem) Broszury informacyjne nakład – 2 000 szt. ogółem Gadzety promocyjne – zestaw – 10 000 szt.- w całym okresie sukcesywnie wg potrzeb, Kalendarze biurowe ścienne – 1000 szt./rocznie od 2024r.</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR</p>	<p>PS WPR 150 000 zł</p>	<p>2024-2029</p>	<p>Monitoring oglądalności strony LGD, ankieta prowadzona na <a href="http://www.lgd">www.lgd</a> 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	Spotkania informacyjno – szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jsfp, grupy osób w niekorzystnej sytuacji	- Spotkania informacyjno-szkoleniowe - szkolenia tematyczne i wizyty studyjne, jako pokazanie dobrych praktyk	Wskaznik: Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (ilość: 10 szt. w całym okresie), w tym minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wniosków, 3 wizyty studyjne dla max. 100 osób łącznie.  Efekt: Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	PS WPR 150 000 zł	2024-2029	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych
Wsparanie beneficjentów LSR w realizacji projektów	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Beneficjenci oraz wnioskodawcy	-Doradztwo indywidualne	Wskaznik: Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie ewidencji udzielonego doradztwa - 300 osób w całym okresie  Efekt: Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	PS WPR 0 zł	2024-2029	Karta / ewidencja udzielonego doradztwa/ Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu
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 społecznościowych – fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym	Wskaznik: Artykuły na stronach internetowych (ilość: 1- przed każdym naborem) Informacje na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 1- przed każdym naborem)  Efekt: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	PS WPR 0 zł	2024-2029	Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa
Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej	Badanie satysfakcji wnioskodawców i	Wnioskodawcy i beneficjenci	- Ankieta wypełniana po doradztwie	Wskaznik: Ankieta	PS WPR 0 zł	2024-2029	Badanie ankietowe

oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD	beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji	w poszczególnych zakresach operacji		Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów (ilość: 1 po doradztwie docelowo max. 300 szt.) <b>Efekt:</b> Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych	PS WPR 10 000 zł	2027-2029	Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów
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 - Broszury informacyjne	-Informacje na stronie internetowej LGD -Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalu społecznościowym LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym - Broszury informacyjne	PS WPR 20 000 zł	2024-2029	Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu
Animowanie do wdrażania LSR	Spotkania aktywizacyjne na temat wdrażania innowacji, projektów partnerskich i projektów w partnerstwie	Mieszkańcy obszaru LGD	- Spotkania z mieszkańcami, w tym osobami z grup w niekorzystnej sytuacji	Wskaznik: Organizacja spotkań aktywizacyjnych (ilość: 2 szt. w całym okresie)  <b>Efekt:</b> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o kryteriach LSR.	PS WPR 20 000 zł	2024-2029	Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu

#### Przesłanki leżące u podstaw opracowania planu komunikacji to:

- skorelowanie działań prowadzonych przez LGD w zakresie realizacji LSR z rzetelną i wiarygodną informacją na temat możliwości uzyskania dofinansowania na ważne społecznie i gospodarczo przedsięwzięcia przewidziane w strategii;

- dobrane odpowiednich, zróżnicowanych metod dotarcia do potencjalnych beneficjentów działań przewidzianych w LSR, w szczególności do grup szczególnie istotnych z punktu widzenia realizacji LSR;
- doskonalenie działania LGD w zakresie realizacji LSR poprzez analizę informacji zwrotnych uzyskiwanych w procesie wdrażania planu komunikacji i jego weryfikacją.

#### **Analiza efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu (w tym tryb korygowania planu komunikacji):**

Przewidziane działania komunikacyjne oraz wykorzystywane w tym celu środki przekazu będą cyklicznym (min. 1 raz do roku) badaniom efektów, jakie przyniosą i porównywaniu ich z założeniami. Jeśli stwierdzi się, iż któreś z działań komunikacyjnych nie przynosi pożądaných efektów, lub wystąpią problemy z realizacją LSR oraz niskim poparciem społecznym dla tych działań, zostanie zastosowany odpowiedni plan naprawczy. Plan ten polegać będzie na modyfikacji dotychczasowych praktyk komunikacyjnych i ich udoskonaleniu lub wprowadzeniu innych, które w ocenie LGD będą bardziej odpowiednie w drodze do realizacji celu.

#### **Tryb korygowania planu komunikacji przewiduje badanie następujących zagadnień:**

- 1) czy działania komunikacyjne są wykonywane w zakładanym przedziale czasowym;
- 2) czy są kierowane do odpowiednich grup docelowych i czy do nich docierają;
- 3) czy w odpowiedni sposób realizowane są zakładane wskaźniki wykonania planu;
- 4) czy efektywnie działają kanały uzyskiwania informacji zwrotnych (spotkania indywidualne i grupowe, ankiety itp.).

#### **W ramach planu naprawczego zakłada się:**

- autoocenę LGD w zakresie prowadzonych działań;
- analizę uzyskanych informacji zwrotnych, czyli uwag i wniosków przekazywanych ustnie (zarówno podczas spotkań indywidualnych jak i grupowych), telefonicznie, e-mailowo, oraz w ankietach. LGD będzie rejestrować wszystkie uzyskane informacje zwrotne, następnie w ramach dyskusji wewnętrznych odniesie się do nich (zasadne – niezasadne; dlaczego), a uzyskane wnioski będą na bieżąco wdrażane w odniesieniu do wszystkich dziedzin wymienionych w pkt. 1) – 4) powyżej.

**Za tryb korygowania planu komunikacji i wprowadzania działań naprawczych odpowiada Zarząd Stowarzyszenia „Lokalna Grupa Działania Partnerstwo Kaczawskie”.**

