

## **Załącznik nr 7 do Wniosku o Wybór Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność - Plan komunikacji, o którym mowa w załączniku nr 2 do regulaminu**

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

**Plan komunikacji** z lokalną społecznością na lata 2023-2027 to dokument określający reguły prowadzenia działań informacyjno - promocyjnych przez Stowarzyszenie LGD Kwiat Lnu w odniesieniu do środków pomocowych Unii Europejskiej, dostępnych w związku z realizacją Umowy o Warunkach i Sposobie Realizacji Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanej przez Społeczność na lata 2023-2027 (29). Przesłankami do opracowania Planu leży przekonanie, że dobra komunikacja jest konieczna, aby sprawnie i dobrze zrealizować zadania wynikające z zapisów LSR. Komunikacja pomaga w wykorzystaniu środków europejskich dla rozwoju obszaru działania LGD: wskazuje możliwości, wspiera realizację projektów, a także pokazuje ich efekty.

Cele komunikacji z mieszkańcami obszaru:

- 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.
- Poinformowanie lokalnej społeczności o LSR, jej celach oraz planowanych działaniach, które będą miały szansę wsparcia z budżetu LSR.
- Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalność LGD.
- Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminie, trybie i procedurze ogłoszonych naborów, puli środków przeznaczonych na dofinansowanie operacji, dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania oraz poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD.
- Aktualizacja LSR.
- Poinformowanie lokalnej społeczności o efektach z realizacji działań z budżetu LSR.
- Uzyskanie informacji zwrotnej nt. realizacji działań komunikacyjnych.

### 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 itd.

LGD Kwiat Lnu posiada sprawdzone metody, techniki, sposoby działania, kanały dystrybucji. Ma też duże doświadczenie w okresach programowania 2007-2013 oraz 2014-2020 w realizacji Planu Komunikacji.

Działania komunikacyjne:

- Kampania informacyjna – polegać będzie na poinformowaniu lokalnej społeczności o LSR, jej celach oraz planowanych działaniach, które będą miały szansę wsparcia z budżetu LSR. Ponadto na spotkaniach przekazywane będą informacje, które będą pomocne beneficjentom, podczas ubiegania się o pomoc m.in. omówienie najczęściej występujących problemów w zakresie wypełniania wniosków o przyznanie pomocy, rozliczeń do wniosków o płatność, sprawozdawczość oraz udzielenie odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania. Podczas

szkoleń/spotkań przekazywane będą informacje dotyczące realizacji projektów wpływających na ochronę środowiska, przeciwdziałaniu zmian klimatu i innowacji.

- Wydarzenia promocyjne – pracownicy biura będą uczestniczyć w najbardziej rozpoznawalnych wydarzeniach w regionie. Działanie to będzie służyło rozpoznawalności LGD.
- Doradztwo indywidualne - pracownicy biura mają za zadanie przekazywać zainteresowanym osobom wszelkie informacje dotyczące PROW 2023-2027(29) za pomocą telefonu, drogą elektroniczną lub podczas bezpośredniego spotkania do którego będzie wykorzystana karta weryfikacji doradztwa.
- Spotkania warsztatowe – w celu zapewnienia stałego, bezpośredniego dostępu do informacji o stopniu realizacji LSR oraz osiągniętych rezultatach będą realizowane cykliczne spotkania z mieszkańcami obszaru LGD. Działanie ma na celu zwiększenie poziomu współpracy partnerskiej oraz zaangażowania mieszkańców, partnerów i interesariuszy LGD w realizacji LSR.
- Publikacja – w celu zapewnienia stałego, bezpośredniego dostępu do informacji osobom wykluczonym cyfrowo LGD zamierza przedstawić zrealizowane projekty w formie papierowej. Wydane materiały będą rozdawane bezpłatnie m.in. na spotkaniach, konferencjach itp.
- Badania ankietowe - w celu uzyskania informacji zwrotnej dotyczącej jakości informowania społeczności lokalnej w bieżące wdrażanie LSR, ulepszenia i poprawy działań w tym zakresie, zaplanowano ankietę anonimową.

**Grupa docelowa** to osoby, do których będą kierowane działania realizowane w ramach LSR, w szczególności: beneficjenci/ wnioskodawcy, uczestnicy działań, odbiorcy zrealizowanych projektów.

1. Beneficjenci/ wnioskodawcy to jednostki sektora finansów publicznych (domy kultury, gminy, biblioteki), organizacje pozarządowe (stowarzyszenia, fundacje), Kola Gospodyń Wiejskich, przedsiębiorstwa (małe, mikro), osoby fizyczne ze szczególnym uwzględnieniem osób w niekorzystnej sytuacji.

2. Do uczestników działań należą m.in. dzieci, młodzież, osoby poszukujące zatrudnienia (zarejestrowane w PUP), kobiety, osoby zatrudnione przez lokalnych przedsiębiorców/ rolników.

3. Odbiorcy rezultatów zrealizowanych projektów to mieszkańcy i turyści, którzy korzystają z efektów realizacji LSR w oparciu o lokalne zasoby.

W przypadku problemów z realizacją LSR lub niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD będą podejmowane nadzwyczajne działania w zależności od obszaru problemowego i grupy docelowej, której dotyczą. LGD zwracać się będzie o wsparcie do partnerskich organizacji/ instytucji reprezentujących dane środowisko, szczególnie o przekazywanie maili, informacji. Stowarzyszenie stale będzie poszerzać bazę o osoby, które w trakcie spotkań, szkoleń itd. wyraziły zgodę na przekazywanie im informacji - szczególnie mailowo.

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

Szczegółowy plan komunikacji określa wskaźniki działań komunikacyjnych i efektów w odniesieniu do poszczególnych celów komunikacyjnych, działań i środków przekazu dostosowanych do różnych grup docelowych. Analizując wyniki badań w zakresie komunikacji oraz w oparciu o dyskusje zespołu roboczego ds. LSR, LGD dokonało analizy dotychczasowych form działań komunikacyjnych i postawiło na komunikację dwustronną oraz podjęcie wysiłków w kierunku stworzenia rzeczywistych warunków włączenia lokalnej społeczności w planowanie i realizację Lokalnej Strategii Rozwoju oraz szerzej –

budowanie podstaw społeczeństwa obywatelskiego, zaangażowanego w lokalne sprawy. W planie komunikacji LGD zakłada liczne i zróżnicowane działania komunikacyjne (np. kampanie informacyjne, uzyskanie informacji zwrotnej, szkolenia itp.), za pomocą których zamierza skutecznie dotrzeć do społeczności lokalnych i przekonać je, iż warto aktywnie uczestniczyć w bieżącej realizacji LSR i włączyć się w lokalne sprawy.

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

Raz w roku przeprowadzone zostaną badania w oparciu o ankietę z zakresu komunikacji w ramach wdrażania LSR. Ankieta dostępna będzie w sposób ciągły na stronie internetowej oraz udostępniana w czasie spotkań bezpośrednich z grupami docelowymi. Celem corocznych badań będzie ocena jakości prowadzonych działań komunikacyjnych, zadowolenia odbiorców, realizacji założonych w planie komunikacji celów i osiągniętych efektów, zdiagnozowaniu ewentualnych problemów, a także uzyskanie informacji co do potrzeb i oczekiwań odbiorców w tym zakresie. Uzupełnieniem tak uzyskiwanych opinii i ocen będą indywidualne rozmowy prowadzone w czasie szkoleń, doradztwa dotyczące poziomu komunikacji, jej jakości i efektywności.

Tryb korygowania planu komunikacji: W sytuacji, gdy przeprowadzone badania wykażą, iż cele bądź efekty nie są osiągnięte, Zarząd LGD opracuje konieczne zmiany do planu komunikacji odzwierciedlające potrzeby grup docelowych. Zadaniem biura LGD będzie wdrożenie wprowadzonych zmian. Po roku od wdrożenia zmian w zakresie działań komunikacyjnych przeprowadzone zostanie badanie ankietowe mające na celu weryfikację efektywności wprowadzonych zmian i oceny zadowolenia społecznego w tym zakresie. Wyniki badań z zakresu podejmowanych działań komunikacyjnych, realizacji założonych celów i osiągnięcia efektów w tym zakresie przekazywane będą członkom LGD, upubliczniane na stronach internetowych gmin, stronie internetowej LGD i portalu społecznościowym, przekazywane w formie opracowań. Posłużą do ewentualnego skorygowania działań komunikacyjnych, większym wykorzystaniu tych środków przekazu, które przynoszą najlepsze efekty oraz rezygnacji z tych działań, które są mało efektywne. Będą stanowiły źródło informacji, jak w efektywniejszy sposób docierać do grup docelowych, by zaspokajać ich potrzeby i oczekiwania w zakresie komunikacji. Posłużą także, jako źródło dialogu i wymiany poglądów pomiędzy podmiotami wdrażającymi LSR.

#### 5. Budżet przewidziany na działania komunikacyjne

Koordinacja działań w ramach planu komunikacji prowadzona będzie głównie przez Dyrektora Biura LGD, zaś koszty związane z jego wdrożeniem zostaną w całości pokryte ze środków przeznaczonych w LSR na zarządzanie LSR, których limit zgodnie z budżetem LSR wynosi 512.500 EUR (w tym koszty na działania komunikacyjne 3 820 EUR).

Termin	Cel komunikacyjny	Działanie komunikacyjne	Grupa docelowa	Środek przekazu	Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych	Efektywność działań komunikacyjnych	Budżet na działania komunikacyjne (EUR)
Cały okres wdrażania LSR	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, osoby fizyczne w tym osoby w niekorzystnej sytuacji, jsfp, KGW	Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	Informacja zamieszczona na stronie LGD -1 (aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych)	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Bezkosztowo
2024	Poinformowanie lokalnej społeczności o LSR, jej celach oraz planowanych działaniach, które będą miały szansę wsparcia z budżetu LSR	Kampania informacyjna	Mieszkańcy obszaru	Komunikacja za pośrednictwem strony internetowej LGD i gmin partnerskich	Liczba opublikowanych komunikatów informacyjnych na stronie internetowej LGD i gmin partnerskich - 2	Poinformowanie społeczności lokalnej i zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD	Bezkosztowo
Cały okres wdrażania LSR	Utrzymanie dobrego wizerunku i rozpoznawalność LGD	Wydarzenia promocyjne	Mieszkańcy obszaru	Stoiska/wydarzenia promocyjne	Liczba wydarzeń promocyjnych - 6	Wzrost liczby mieszkańców rozpoznających LGD, wzrost liczby mieszkańców znających założenia funkcjonowania LGD i wdrażania LSR	220 EUR – np. koszt dojazdu, wynajęcie stoiska itp.
Cały okres wdrażania LSR	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o terminie, trybie i procedurze ogłoszonych naborów, puli środków	Kampania informacyjna  Doradztwo indywidualne	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy w szczególności: rolnicy, przedsiębiorcy,	Komunikacja bezpośrednia/on-line  Komunikacja telefoniczna	Liczba udzielonego doradztwa w formie bezpośredniej – 150  Liczba zorganizowanych	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach składania wniosków na operacje w ramach budżetu LSR	1 300 EUR – np. koszt ogłoszeń w prasie, portalach, poczęstunek na spotkania itp.

	przeznaczonych na dofinansowanie operacji, dokumentach niezbędnych w procesie aplikowania oraz poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD		organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, osoby fizyczne w tym osoby w niekorzystnej sytuacji, jsfp, KGW	Komunikacja mailowa  Ogłoszenia w lokalnych mediach	spotkań w formie bezpośredniej/on-line – 12  Liczba ogłoszeń w lokalnych mediach – 12		
2025, 2026, 2027, 2028	Aktualizacja LSR	Spotkania warsztatowe	Mieszkańcy obszaru	Komunikacja bezpośrednia/on-line  Komunikacja za pośrednictwem strony internetowej LGD	Liczba zorganizowanych spotkań w formie bezpośredniej /on – line - 4	Włączenie społeczności i zwiększenie zainteresowania mieszkańców działalnością LGD	300 EUR– np. poczęstunek na spotkania itp.
2026, 2027, 2029	Poinformowanie lokalnej społeczności o efektach z realizacji działań z budżetu LSR	Publikacja	Mieszkańcy obszaru	Publikacja promocyjna	Liczba publikacji promocyjnych – 3	Wzrost wiedzy społeczności lokalnej na temat realizowanych projektów,  Podwyższenie świadomości dotyczącej działalności LGD,  Pobudzenie społeczności lokalnej do włączenia się w realizację LSR	2 000 EUR
2025, 2026, 2027, 2028, 2029	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. realizacji działań komunikacyjnych	Badania ankietowe	Mieszkańcy obszaru	Ankieta na stronie internetowej LGD	Liczba badań ankietowych - 5	Ocena jakości prowadzonych działań komunikacyjnych, zadowolenia odbiorców, realizacji założonych w planie komunikacji celów i osiągniętych efektów, zdiagnozowaniu ewentualnych problemów, a także uzyskanie informacji co do potrzeb i oczekiwań odbiorców w tym zakresie.	Bezkosztowo