



Plan komunikacji z lokalną społecznością

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

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. 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.

Komunikowanie się będzie istotnym aspektem procesu wzmacniania 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, co powinno się przyczynić do zwiększenia wartości dodanej LSR.

Dobór środków przekazu dla poszczególnych grup docelowych poparty został wynikami badań ewaluacyjnych podsumowujących realizację LSR w okresie programowania UE 2014-2020. To szczególnie istotne w przypadku osób w niekorzystnej sytuacji. Zaplanowano działania kierowane bezpośrednio do kobiet, 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 publicznej w procesie zarządzania wdrażaniem LSR, dążeniu do realizacji jak największej liczby operacji partnerskich i innowacyjnych. Zaplanowano działania komunikacyjne związane z każdym z tych zamierzeń. Dodatkowo w planie komunikacji przewidziano sposoby informowania społeczności lokalnej o efektach realizacji LSR.

2. Opis działań komunikacyjnych i grup docelowych oraz środków przekazu (tabela)

3. Opis działań podejmowanych w przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD itd.

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



Plan
Strategiczny dla
Wspólnej
Polityki
Rolnej
na lata 2023-2027



Dofinansowane przez
Unię Europejską



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.

4. Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych (wraz z jednostką miary) oraz efektów działań komunikacyjnych (wraz z jednostką miary) [tabela];

5. Opis sposobu, w jaki będzie analizowana efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu

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 fiszki z pomysłami. Propozycje te będą co roku podsumowywane w raportach przedstawianych na spotkaniach refleksyjnych, co zmniejsza ryzyko, że zostaną one nierozpatrzone przez Zarząd LGD.

6. Tryb korygowania planu komunikacji

Decyzję o korygowaniu planu komunikacji podejmuje zarząd. Decyzja musi być poprzedzona konsultacjami społecznymi, Informacja o konsultacjach zostanie umieszczona na stronie internetowej stowarzyszenia. Członkowie LGD jak również mieszkańcy obszaru będą mieli możliwość zgłaszania potrzeb i uwag w określonym terminie.

7. Indykatywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem głównych kategorii wydatków oraz ze wskazaniem, które działania związane są z wydatkami na gadzety reklamowe oraz publikacjami wymagającymi druku (przy minimalizacji wydatków na gadzety reklamowe oraz publikacji wymagających druku – zgodnie z interpretacją MRiRW oznacza to, że wydatki tego typu są dozwolone tylko w wyjątkowych okolicznościach, tzn. tylko wtedy, gdy nie jest możliwe dotarcie z odpowiednim przesłaniem do odbiorców w inny sposób, czyli każdy planowany wydatek tego typu wymaga uzasadnienia) [budżet – tabela, uzasadnienie – część opisowa];

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 przypadku kierowania działań do seniorów/osób w niekorzystnej sytuacji środkiem przekazu będzie plakat informujący o możliwości realizacji operacji na rzecz osób starszych. Wydruk plakatów i wywieszenie ich w siedzibach podmiotów działających na obszarze LSR jest spowodowane tym, iż osoby starsze trudniej odnajdują się w internecie, mediach społecznościowych dlatego tradycyjna metoda powieszenia plakatu wydaje się najbardziej właściwą i zapewni większe grono odbiorców w wieku senioralnym. Stowarzyszenie nie wyklucza umieszczenia plakatu również na stronie internetowej stowarzyszenia/Facebooku.

Plan komunikacji						
Lp.	Działanie	Grupa docelowa	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji	Efekty działań	Budżet
1	Wzmacnianie wewnętrznego partnerstwa	Członkowie LGD	Email	Liczba newsletterów wysłanych do członków stowarzyszenia jednostka miary: newsletter Wartość docelowa wskaźnika: 7	Efekt działania: upowszechnienie wśród członków LGD wiedzy na temat działań podejmowanych przez Stowarzyszenie Liczba członków Stowarzyszenia, które otrzymały newsletter – minimum 200 członków	0,00
			Komunikacja bezpośrednia	Liczba zrealizowanych warsztatów refleksyjnych jednostka miary: warsztat Wartość docelowa wskaźnika: 7	Efekt działania: zaangażowanie członków LGD w ewaluację działań Stowarzyszenia oraz wypracowanie nowych pomysłów na działania Liczba osób uczestniczących w warsztatach refleksyjnych – minimum 50 osób	10 500,00
			Fiszki z pomysłami na działania	Liczba rocznych raportów podsumowujących pomysły zgłoszone przez członków LGD, Jednostka miary: raport Wartość docelowa wskaźnika: 7	Efekt działania: włączenie członków LGD w poszukiwanie nowych sposobów działania Stowarzyszenia Liczba zgłoszonych pomysłów przez członków LGD – minimum 70	0,00
			Komunikatory internetowe			



2	Wzmocnienie partnerstwa na obszarze LSR	Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy	Strona internetowa/ profil w mediach społecznościowych/ strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów informujących o zapisach LSR opublikowanych na stronie internetowej LGD, jednostka miary: artykuł Wartość docelowa wskaźnika: 35	Efekt działania: poinformowanie mieszkańców o zapisach LSR i efektach realizacji LSR Średnia miesięczna ilość wejść na stronę internetową www.stobrawskiszlak.pl – minimum 100 wejść na stronę	0,00
			Ankieta	Liczba ankiet pobranych ze strony www.stobrawskiszlak.pl , Jednostka miary: ankieta Wartość docelowa wskaźnika: 350	Efekt działania: pozyskanie informacji zwrotnej na temat działań LGD Liczba wypełnionych ankiet konsultacyjnych – minimum 175	0,00
			Fiszki z pomysłami na działania	Liczba rocznych raportów podsumowujących pomysły zgłoszone przez mieszkańców obszaru nie będących członkami LGD, jednostka miary: raport Wartość docelowa wskaźnika: 7	Efekt działania: włączenie mieszkańców obszaru LGD w poszukiwanie nowych sposobów działania Stowarzyszenia Liczba zgłoszonych pomysłów przez mieszkańców obszaru nie będących członkami LGD – minimum 70	0,00
			Komunikatory internetowe			
3	Animowanie społeczności do partnerstwa z innymi podmiotami	Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy	Komunikacja bezpośrednia/telefon, e-mail/komunikatory internetowe	Liczba porad udzielonych potencjalnym beneficjentom jednostka miary: porada Wartość docelowa wskaźnika: 350	Efekt działania: zachęcenie potencjalnych beneficjentów do realizacji operacji w partnerstwie Liczba wypełnionych ankiet konsultacyjnych – minimum 100, w tym co najmniej 5% ankietowanych zachęcona do realizacji operacji w partnerstwie	0,00
			Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych	Liczba zamieszczonych na stronie internetowej rejestrów podmiotów z obszaru LGD zainteresowanych realizacją operacji w partnerstwie, jednostka miary: raport	Efekt działania: ułatwienie podmiotom z obszaru LSR realizacji operacji w partnerstwie Liczba organizacji ujętych w rejestrze podmiotów z obszaru LGD zainteresowanych realizacją operacji w partnerstwie – minimum 16	0,00



				Wartość docelowa wskaźnika: 1		
			Szkolenie	Liczba szkoleń dla potencjalnych beneficjentów, Jednostka miary: szkolenie Wartość docelowa wskaźnika: 7	Efekt działania: poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwości realizacji operacji w partnerstwie Liczba osób uczestniczących w szkoleniach – minimum 35 osób	14 000,00
4	Animowanie społeczności do wdrażania innowacji	Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy	Szkolenie	Liczba szkoleń dla potencjalnych beneficjentów, Jednostka miary: szkolenie Wartość docelowa wskaźnika: 7	Efekt działania: poinformowanie potencjalnych beneficjentów o sposobach przygotowania operacji innowacyjnych zgodnych z LSR Liczba osób uczestniczących w szkoleniach – minimum 35 osób	14 000,00
			Spotkanie informacyjne	Liczba spotkań dla mieszkańców gmin z obszaru LSR, jednostka miary: spotkanie Wartość docelowa wskaźnika: 8	Efekt działania: poinformowanie mieszkańców obszaru o możliwości realizacji operacji innowacyjnych w ramach wdrażania LSR Liczba osób uczestniczących w spotkaniach – minimum 40 osób	4 000,00
			Strona internetowa/ profil w mediach społecznościowych/ strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o innowacyjnych operacjach w ramach realizacji LSR, jednostka miary: artykuł Wartość docelowa wskaźnika: 14	Efekt działania: upowszechnianie informacji na temat innowacji implementowanych na obszarze LSR Średnia miesięczna ilość wejść na stronę internetową www.stobrawskiszlak.pl – minimum 100 wejść na stronę	0,00
			Komunikacja bezpośrednia/telefon, e-mail/komunikatory internetowe	Liczba porad udzielonych potencjalnym beneficjentom, jednostka miary: porada	Efekt działania: zachęcenie potencjalnych beneficjentów do realizacji operacji innowacyjnych	0,00



Plan
Strategiczny dla
Wspólnej
Polityki
Rolnej
na lata 2023-2027



Dofinansowane przez
Unię Europejską



				Wartość docelowa wskaźnika: 350	Liczba wypełnionych ankiet konsultacyjnych – minimum 100, w tym co najmniej 5% ankietowanych zachęcona do wdrażania innowacji	
5	Aktywizacja ludzi młodych	Osoba do 25 r.ż.	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 Wartość docelowa wskaźnika: 14	Efekt działania: upowszechnianie informacji na temat zaangażowania osób młodych w realizację LSR Średnia miesięczna ilość wejść na stronę internetową www.stobrawskiszlak.pl – minimum 100 wejść na stronę	0,00
			Spotkania informacyjne	Liczba spotkań dla organizacji działających na rzecz osób młodych w gminach obszaru LGD, jednostka miary: spotkanie Wartość docelowa wskaźnika: 8	Efekt działania: poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz osób młodych Liczba osób uczestniczących w spotkaniach – minimum 40 osób	4 000,00
6	Aktywizacja seniorów	Osoby powyżej 60 r.ż.	Strona internetowa/ profil w mediach społecznościowych/ strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o operacjach aktywizujących seniorów, jednostka miary: artykuł Wartość docelowa wskaźnika: 14	Efekt działania: upowszechnianie informacji na temat zaangażowania seniorów w realizację LSR Średnia miesięczna ilość wejść na stronę internetową www.stobrawskiszlak.pl – minimum 100 wejść na stronę	0,00
			Spotkania informacyjne	Liczba spotkań dla organizacji działających na rzecz seniorów w gminach obszaru LGD, jednostka miary: spotkanie Wartość docelowa wskaźnika: 8	Efekt działania: poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz seniorów Liczba osób uczestniczących w spotkaniach – minimum 40 osób	4 000,00



Plan
Strategiczny dla
Wspólnej
Polityki
Rolnej
na lata 2023-2027



STOBRAWSKI
ZIELONY
SZLAK

Dofinansowane przez
Unię Europejską



			Plakat	Liczba plakatów informujących o możliwości realizacji operacji na rzecz osób starszych wywieszonych w siedzibach podmiotów działających na obszarze LSR, jednostka miary: wywieszony plakat Wartość docelowa wskaźnika: 32	Efekt działania: poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz seniorów Liczba seniorów uczestniczących w spotkaniach dla organizacji działających na rzecz seniorów w gminach obszaru LGD – minimum 8 osób	0,00
7	Informowanie społeczności o możliwości udziału w działaniach na rzecz grup osób w niekorzystnej sytuacji lub o możliwości korzystania z efektów tych działań	Kobiety, organizacje pozarządowe	Strona internetowa/ profil w mediach społecznościowych/ strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o operacjach na rzecz kobiet, jednostka miary: artykuł Wartość docelowa wskaźnika: 14	Efekt działania: upowszechnianie informacji na temat wsparcia udzielonego osobom z grupy w niekorzystnej sytuacji Średnia miesięczna ilość wejść na stronę internetową www.stobrawskiszlak.pl – minimum 100 wejść na stronę	0,00
			Spotkania informacyjne	Liczba spotkań dla organizacji działających na rzecz kobiet w gminach obszaru LGD, Jednostka miary: spotkanie Wartość docelowa wskaźnika: 8	Efekt działania: poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz osób z grupy w niekorzystnej sytuacji Liczba osób uczestniczących w spotkaniach – minimum 40 osób	4 000,00
			Plakat	Liczba plakatów informujących o możliwości realizacji operacji na rzecz osób z grupy w niekorzystnej sytuacji wywieszonych w siedzibach podmiotów działających na obszarze LSR, Jednostka miary: wywieszony plakat Wartość docelowa wskaźnika: 32	Efekt działania: poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz osób z grupy w niekorzystnej sytuacji Liczba osób w niekorzystnej sytuacji (kobiety) uczestniczących w spotkaniach dla organizacji działających na rzecz kobiet – minimum 8 osób	0,00



Plan
Strategiczny dla
Wsiolnej
Polityki
Rolnej
na lata 2023-2027



Dofinansowane przez
Unię Europejską



8	Wzmacnianie efektów realizacji LSR	Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy	Ankieta	Liczba ankiet oceniających jakość doradztwa otrzymanych przez osoby, które złożyły wniosek do LGD Jednostka miary: ankieta Wartość docelowa wskaźnika: minimum 70	Efekt działania: pozyskanie informacji zwrotnej na temat jakości świadczonego doradztwa Odsetek respondentów dobrze lub bardzo dobrze oceniających jakość świadczonego doradztwa: 75%	0,00
			Strona internetowa/ profil w mediach społecznościowych/ strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o efektach realizacji, Jednostka miary: artykuł Wartość docelowa wskaźnika: 21	Efekt działania: upowszechnianie informacji na temat efektów realizacji LSR Efekt działania: upowszechnianie informacji na temat wsparcia udzielonego osobom z grupy w niekorzystnej sytuacji Średnia miesięczna ilość wejść na stronę internetową www.stobrawskiszlak.pl – minimum 100 wejść na stronę	0,00
			Komunikacja bezpośrednia	Liczba imprez w gminach z obszaru LSR, na których prezentowano LGD Jednostka miary: impreza Wartość docelowa: 16	Efekt działania: zwiększenie rozpoznawalności LGD i poinformowanie o efektach realizacji LSR Liczba osób odwiedzających stoiska promocyjne LGD – minimum 160 osób	8 000,00

Prezes Stowarzyszenia

Jadwiga Kulczycka

SEKRETARZ
STOWARZYSZENIA

Norbert Stabik