



Fundusze
Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



PLAN KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ LOKALNEJ GRUPY DZIAŁANIA – FUNDUSZ BIEBRZAŃSKI NA LATA 2023-2027

1. Główne cele i przesłanki opracowania Planu Komunikacji

W celu prawidłowego wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju niezbędna jest właściwa komunikacja pomiędzy LGD a społecznością lokalną. Efektywność planu komunikacji uzależniona jest od właściwego określenia celów, działań komunikacyjnych, rezultatów, grup docelowych i środków przekazu. Bazą do stworzenia Planu Komunikacji na lata 2023-2027 (PK) stanowiły doświadczenia LGD zdobyte w trakcie wdrażania LSR w latach 2014-2022 oraz informacje od mieszkańców i przedstawicieli lokalnych grup interesów społeczno-gospodarczych reprezentujących interesy sektorów: publicznego, społecznego i gospodarczego z obszaru LGD uzyskanych podczas badań ewaluacyjnych oraz konsultacji społecznych. W trakcie badania skuteczności planu komunikacji na lata 2014-2022 przeprowadzonego w I kwartale 2022 r. uzyskano opinie mieszkańców m.in. na temat jakości prowadzonych działań komunikacyjnych oraz czy działania podejmowane przez LGD są adekwatne do potrzeb mieszkańców obszaru LSR. Z przeprowadzonego badania ankietowego można wysnuć wnioski, iż działania komunikacyjne prowadzone przez LGD w okresie wdrażania LSR na lata 2014-2022 spełniły swoją rolę. W ramach przeprowadzonej w 2022 r. ewaluacji zewnętrznej, w której dokonano m.in. analizy prowadzonych działań komunikacyjnych, ekspert zewnętrzny rekomendował rozbudowanie profilu LGD na portalach społecznościowych, co zwiększyłoby rozpoznawalność organizacji oraz skutecznie wypromowałoby potencjał, który powstał za sprawą funduszy dostępnych w LGD. Portale społecznościowe to także możliwość głębszego zaangażowania mieszkańców w inicjatywy podejmowane w LGD i nawiązywanie relacji w sferze komunikowania społecznego.

Prace nad projektem PK rozpoczęto w biurze LGD i uczestniczyli w nich mieszkańcy obszaru reprezentujący interesy sektora publicznego, społecznego i gospodarczego. Dokument był tworzony z wykorzystaniem adekwatnych narzędzi partycypacyjnych. Wypracowane wnioski zostały poddane analizie przez grupę roboczą i uwzględnione w opracowanym dokumencie.

Głównym celem planu komunikacji jest informowanie o prowadzonej działalności, możliwościach i zasadach uzyskania wsparcia oraz pozyskiwanie informacji zwrotnych od uczestników tych działań i innych podmiotów zaangażowanych we wdrażanie LSR.

Dodatkowe cele, które powinien realizować plan komunikacji:

- Rzetelne informowanie społeczności lokalnej oraz potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach oraz zasadach finansowania z budżetu LSR;
- Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach i interpretacjach zapisów LSR dotyczących poszczególnych kryteriów oceny projektów;
- Zwiększenie zaangażowania seniorów, ludzi młodych oraz osób w niekorzystnej sytuacji w działalność LGD - Fundusz Biebrzański;
- Zwiększenie ilości partnerstw lokalnych realizujących wspólne przedsięwzięcia w ramach LSR;
- Zwiększenie liczby projektodawców i ilości projektów realizowanych w ramach wdrażania LSR;
- Zwiększenie poziomu zrozumienia dokumentów i zapisów LSR;
- Uzyskanie informacji nt. obszarów interwencji LSR i potrzeb mieszkańców obszaru LGD w celu ewentualnych zmian we wdrażaniu LSR
- Kreowanie pozytywnego wizerunku LGD oraz promocja dobrych praktyk.

2. Opis działań komunikacyjnych, grup docelowych, środków przekazu (w tym działań podejmowanych w przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD) oraz wskaźników

Plan Komunikacji pozwala zaplanować rodzaje działań oraz określić ich planowane terminy co jest podstawą do zapewnienia jawności i przejrzystości działań LGD. W ramach zapewnienia szerokiego i użytecznego dostępu do informacji, działania komunikacyjne w LSR dostosowane zostały do szczególnych potrzeb odbiorców zamieszkujących obszar LGD (w tym zidentyfikowanych grup osób w niekorzystnej sytuacji) t.j. :

- Potencjalni projektodawcy i beneficjenci,

- Osoby młode (do 25 roku życia), osoby korzystające z nowoczesnych form komunikacji, jak strony internetowe, portale społecznościowe, komunikatory itp.
- Osoby, które ukończyły 60 rok życia (seniorzy) – korzystające z tradycyjnych form komunikacji, jak gazety drukowane, ogłoszenia parafialne, czy „poczta szeptana“.
- Osoby zagrożone wykluczeniem społecznym– korzystające z form wsparcia i funkcjonowania rodziny jak Ośrodki Pomocy Społecznej czy organizacje pozarządowe.
- Osoby niepełnosprawne oraz ich opiekunowie – np. dostosowanie treści internetowych do potrzeb osób niepełnosprawnych, konsultacje u wnioskodawcy
- Osoby poszukujące zatrudnienia – korzystające z form wsparcia Urzędów Pracy,
- Rolnicy z małych gospodarstw rolnych,
- Migranci, kobiety

Do wszystkich w/w grup zostaną specjalnie dostosowane środki przekazu działań komunikacyjnych takie jak:

- Strona internetowa www.biebrza-leader.pl
- Kontakt osobisty z pracownikiem w biurze LGD oraz telefonicznie;
- Informacja na stronach internetowych urzędów oraz członków LGD;
- Zakładka, statyczny baner na stronie każdej gminy członkowskiej z odnośnikiem do LGD;
- Publikacje w prasie lokalnej lub portalach lokalnych;
- Spotkania informacyjno- konsultacyjne w gminach;
- Konferencje, na które zapraszani będą mieszkańcy;
- Materiały informacyjne i promocyjne, ulotki, broszury, instrukcje;
- Konsultacje indywidualne najlepsze w pomocy przy pisaniu projektów;
- Szkolenia z pisania wniosków;
- Szkolenia dla osób z różnych instytucji (ambasadorzy wiedzy)
- Media społecznościowe (m.in. Facebook);
- FAQ

W ramach Planu Komunikacji stosowane będą przyjazne dla odbiorcy formy komunikacji, łatwy język, a przygotowane komunikaty będą dostępne w minimum dwóch alternatywnych formach komunikacji (np. elektronicznej i telefonicznej).

Informacja skierowana do wnioskodawców i beneficjentów jest dostępna w sposób ciągły to znaczy, że kanały i narzędzia komunikacji umożliwiają dotarcie do informacji o każdej porze, co jest zapewnione poprzez prowadzenie strony internetowej LGD: www.biebrza-leader.pl. Informacje dotyczące planowanych konkursów, zasad wyboru i oceny projektów będą docierały do konkretnych odbiorców także poprzez organizację spotkań informacyjno-konsultacyjnych, szkoleń lub konferencji.

W celu utrzymania dotychczasowego zaangażowania we wdrażanie LSR aktywnych grup lokalnej społeczności zaplanowano następujące działania: wspólne z LGD planowanie konkretnych operacji, wspólne tworzenie ogólnodostępnego banku pomysłów na projekty, przyznanie specjalnych nagród dla najbardziej aktywnych przedstawicieli grup społecznych i mieszkańców (m.in. podczas pikniku integracyjnego z LGD). Natomiast w celu zmobilizowania biernych dotychczas interesariuszy do realizacji strategii przewidziano: realizację konkursów na pomysły projektowe, w których każdy uczestnik otrzyma nagrodę jeśli zgłosi dowolny pomysł na stosownym formularzu (m.in. podczas pikniku integracyjnego z LGD), prowadzenie indywidualnych rozmów z mieszkańcami w celu zachęcenia ich do realizacji działań oraz zaangażowanie osób znanych do promocji LSR.

Plan komunikacji będzie poddawany analizie i jeśli będzie potrzeba to aktualizowany, aby osiągnąć jak największy stopień efektywności realizowanych działań. W przypadku niskiego poparcia społecznego dla działań realizowanych przez LGD lub problemów z realizacją LSR, zakłada się wprowadzenie dodatkowych rozwiązań i działań zmierzających do poprawy efektywności oddziaływania Planu Komunikacji. W przypadku problemów z realizacją LSR, przeprowadzone zostaną spotkania informacyjne, na które zaproszeni zostaną przedstawiciele gmin z obszaru LGD oraz organizacje pozarządowe i osoby prawne, działające w obszarach planowanego wsparcia. Działania informacyjne będą ukierunkowane na grupę docelową, tak aby dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców.

Publikowane będą informacje na lokalnych portalach, na tablicach ogłoszeń, przeprowadzone zostaną dodatkowe spotkania informacyjne, przekazane zostaną ogłoszenia do lokalnych liderów, dyrektorów szkół, przedstawicieli ośrodków kultury i ośrodków pomocy społecznej. Jeśli będzie taka konieczność zostaną wprowadzone nowe środki przekazu oraz zostanie zwiększony budżet na realizację działań komunikacyjnych w celu poprawy wdrażania LSR i zwiększenia poparcia społecznego.

W celu budowania pozytywnego wizerunku LGD oraz poparcia społecznego dla realizowanych działań LGD będzie przeprowadzać ankiety dotyczące skuteczności metod komunikacji. Pozyskane w ramach monitoringu i ewaluacji dane będą miały odzwierciedlenie w aktualizowanym planie komunikacji w kolejnych latach wdrażania LSR.

Poniżej przedstawiono plan działań komunikacyjnych na lata 2023 – 2027 oraz wskaźniki i sposoby ich pomiaru wraz z określeniem budżetu:

| Okres realizacji | Cel komunikacji | Opis działań komunikacyjnych | Grupy docelowe - adresaci działań | Środki przekazu, w tym działania podejmowane w przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym | Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych | Efekty działań komunikacyjnych/ sposób pomiaru | Budżet (euro) ¹ |
|--------------------------|---|---|---|--|---|---|----------------------------|
| Cały okres wdrażania LSR | Poinformowanie społeczności lokalnej oraz potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach sposobie jej realizacji oraz zasadach finansowania z budżetu LSR | Kampania informacyjna i medialna nt. głównych założeń LSR prowadzona w sposób ciągły przez cały okres wdrażania LSR oraz prowadzenie punktu informacyjnego, którym jest biuro LGD | Społeczność lokalna, w tym grupy osób w niekorzystnej sytuacji, członkowie LGD oraz potencjalni wnioskodawcy | artykuły/ogłoszenia w prasie lokalnej lub portalach lokalnych | liczba przygotowanych artykułów i ogłoszeń - 3 szt. | liczba zamieszczonych artykułów i ogłoszeń w prasie lokalnej lub portalach lokalnych- 3 szt./ weryfikacja na podstawie prt. scr artykułu lub ogłoszenia | 300,00 |
| | | | | spotkania informacyjno-konsultacyjne w gminach | liczba spotkań - 9 szt. | liczba uczestników - 100 osób / weryfikacja na podstawie listy obecności | 0,00 |
| | | | | konferencje | liczba konferencji - 3 szt. | liczba uczestników - 100 osób / weryfikacja na podstawie listy obecności | 3 200,00 |
| | | | | prowadzenie i aktualizacja strony internetowej LGD | liczba prowadzonych stron www - 1 szt. | liczba odwiedzin strony internetowej - 20 000 wejść / weryfikacja na podstawie danych administratora strony internetowej | 4 000,00 |
| Cały okres wdrażania LSR | Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o ogłaszanych konkursach, o głównych zasadach i | Kampania edukacyjna nt. zasad oceniania, wyboru operacji przez LGD oraz informacje na temat sposobu | Osoby fizyczne zamierzające podjąć działalność gospodarczą, w tym z grup w niekorzystnej sytuacji; Przedsiębiorcy z | ogłoszenia o naborach na stronach internetowych/tablicach ogłoszeń w urzędach gmin należących do LGD | liczba przygotowanych ogłoszeń na stronach internetowych/tablicach w instytucjach publicznych - 54 szt. | liczba zamieszczonych ogłoszeń na stronach internetowych/tablicach w instytucjach publicznych- 54 szt./ weryfikacja na podstawie prt. scr ogłoszenia | 0,00 |

¹ Zminimalizowano wydatki na gadżety reklamowe oraz publikacje wymagające druku.

| | | | | | | | |
|--------------------------|--|---|---|--|---|---|-----------|
| | interpretacjach zapisów LSR oraz podniesienie wiedzy z zakresu przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy | wypełniania wniosków o przyznanie pomocy | obszaru LGD, rolnicy prowadzący małe gospodarstwa rolne planujący inwestycje w zakresie rozwijania pozarolniczych funkcji małych gospodarstw rolnych (gospodarstw agroturystycznych i zagród edukacyjnych) , inni potencjalni wnioskodawcy kwalifikujący się do przyznania pomocy | szkolenia skierowane do potencjalnych beneficjentów | liczba przeprowadzonych szkoleń - 12 szt. | liczba uczestników - 120 osób / weryfikacja na podstawie listy obecności | 720,00 |
| | | | | Doradztwo udzielane przez pracowników biura LGD | ilość udzielonego doradztwa - 200 szt. | liczba osób , które pozytywnie oceniają udzielone doradztwo - 150 osób | 0,00 |
| | | | | portal społecznościowy | liczba prowadzonych profili - 1 szt. | liczba zamieszczonych postów - 100 szt. | 0,00 |
| | | | | artykuły/ogłoszenia w prasie lokalnej lub portalach lokalnych | liczba przygotowanych artykułów i ogłoszeń - 6 szt. | liczba zamieszczonych artykułów i ogłoszeń w prasie lokalnej lub portalach lokalnych- 6 szt./ weryfikacja na podstawie prt. scr artykułu lub ogłoszenia | 600,00 |
| Cały okres wdrażania LSR | Animacja społeczności lokalnej w tym grup osób w niekorzystnej sytuacji, kreowanie pozytywnego wizerunku LGD oraz promocja dobrych praktyk | Aktywizacja ludzi młodych, seniorów, grup osób w niekorzystnej sytuacji oraz podmiotów i osób z obszaru LSR; działania informacyjno-promocyjne na rzecz wdrażania LSR wśród ludzi młodych, seniorów, osób w | seniorzy, ludzie młodzi, osoby z niepełnosprawnościami i ich opiekunowie, kobiety, migranci, rolnicy z małych gospodarstw, osoby poszukujące zatrudnienia | szkolenia dla młodzieżowych liderów (skierowane do młodzieży licealnej) | liczba przeprowadzonych szkoleń - 3 szt. | liczba uczestników - 75 osób /weryfikacja na podstawie listy obecności | 15 000,00 |
| | | | | eventy/zajęcia rekreacyjno-aktywizujące dla dzieci | liczba inicjatyw - 9 szt. | liczba uczestników - 360 osób / weryfikacja na podstawie listy obecności | 8 000,00 |
| | | | | warsztaty/ szkolenia skierowane do kobiet | liczba inicjatyw - 2 szt. | liczba uczestników - 60 osób /weryfikacja na podstawie listy obecności | 8 000,00 |
| | | | | eventy/wyjazdy/warsztaty dla seniorów i osób niepełnosprawnych i ich opiekunów | liczba inicjatyw - 3 szt. | liczba uczestników - 60 osób / weryfikacja na podstawie listy obecności | 15 000,00 |

| | | | | | | | |
|----------------|---|--|--|---|---|--|-----------|
| | | niekorzystnej sytuacji | | animowanie podmiotów do realizacji projektów partnerskich i operacji w partnerstwie (w tym innowacyjnych) | liczba inicjatyw - 2 szt. | liczba uczestników - 10 osób / weryfikacja na podstawie listy obecności | 0,00 |
| | | | | spotkania/warsztaty dotyczące rozwiązań innowacyjnych | liczba inicjatyw – 1 szt. | liczba uczestników - 10 osób / weryfikacja na podstawie listy obecności | 0,00 |
| | | | | piknik integracyjny z LGD | liczba pikników - 1 szt. | liczba uczestników - 200 osób / weryfikacja na podstawie sporządzonej notatki przez pracownika LGD | 13 000,00 |
| | | | | wyjazd studyjny do miejsc gdzie funkcjonują innowacje | liczba wyjazdów studyjnych - 1 szt. | liczba uczestników - 20 osób /weryfikacja na podstawie listy obecności | 10 000,00 |
| | | | | aplikacja mobilna pełniąca funkcję informacyjną, promocyjną, integracyjną i aktywizującą | liczba aplikacji - 1 szt. | liczba pobrań aplikacji - 200 szt./ weryfikacja na podstawie danych z Google Play | 25 000,00 |
| Lata 2024-2028 | Poprawa samoorganizacji i zarządzania LGD | Monitorowanie skuteczności planu komunikacji i dostosowanie właściwych środków komunikacyjnych do odpowiednich grup docelowych | Mieszkańcy obszaru LSR, członkowie LGD, beneficjenci, organizacje pozarządowe, JST | Coroczny raport z realizacji działań komunikacyjnych | Liczba przygotowanych raportów z realizacji działań komunikacyjnych- 5 szt. | Liczba osób, które zapoznały się z raportem - 200 osób/ weryfikacja na podstawie wysłanych maili | 0,00 |
| | | | | Raport z jakości udzielonego doradztwa prowadzonego przez pracowników biura | Liczba przygotowanych raportów z jakości udzielonego doradztwa- 5 szt. | Liczba osób, które zapoznały się z raportem - 200 osób/ weryfikacja na podstawie wysłanych maili | 0,00 |

| | | | | | | | |
|-------------|--|--|--|--|--|--|-------------------|
| | | | | Korekta/ aktualizacja Planu Komunikacji wynikająca z problemów z realizacją LSR oraz niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD | Liczba zebranych formularzy z uwagami - 5 szt. | Liczba korekt/aktualizacji Planu Komunikacji - 5 szt. / weryfikacja na podstawie dokumentu zatwierdzonego przez Zarząd | 0,00 |
| SUMA | | | | | | | 102 820,00 |

3. Analiza efektywności działań komunikacyjnych i środków przekazu (w tym tryb korygowania planu komunikacji)

Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych polega na systematycznym gromadzeniu i analizie danych mających na celu weryfikację i ewentualną modyfikację kierunków prowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych. Monitoring działań jest realizowany poprzez system wybranych wskaźników mających na celu ukazanie efektów prowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych. LGD planuje badać efektywność zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu raz do roku. Do 31 stycznia każdego roku zostanie przygotowany raport, który publikowany będzie na stronie internetowej.

LGD na stronie internetowej zamieści formularz uwag w zakresie zgłaszania zmian w Planie Komunikacji przez mieszkańców i członków LGD. Zebrane informacje i uwagi od mieszkańców LGD oraz wnioski z raportu zostaną poddane analizie przez Zarząd. W przypadku zasadności proponowanych zmian Zarząd niezwłocznie skoryguje Plan Komunikacji. W przypadku braku skuteczności działań komunikacyjnych i środków przekazu, LGD przystąpi do intensyfikacji przeprowadzanych działań m.in. poprzez rozszerzenie kampanii promocyjno-medialnej, zaangażowanie w działania aktywizacyjno-promocyjne większej ilości podmiotów.

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