

Plan komunikacji

Prezentacja głównych celów i przesłanek leżących u podstaw opracowania planu komunikacji

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.

Efektywna 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 oraz planem partycypacji zamieszczonym w rozdziale III LSR. Będzie to miało wpływ na zdolność Stowarzyszenia do zarządzania procesem wdrażania LSR.

LGD przewiduje działania wspierające na rzecz potencjalnych wnioskodawców (doradztwo), w tym także w zakresie innowacji.

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 oraz projektów partnerskich, 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 oraz na podstawie uwag w tym zakresie, zgłaszanych podczas spotkań konsultacyjnych odbywających się w każdej gminie wchodzącej w skład obszaru objętego wdrażaniem LSR. To szczególnie istotne w przypadku osób w niekorzystnej sytuacji. Zaplanowano działania kierowane bezpośrednio do grup osób w niekorzystnej sytuacji, 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 społecznej w procesie zarządzania wdrażaniem LSR, dążeniu do realizacji operacji partnerskich i innowacyjnych, a także umacniania postaw obywatelskich i zwiększenia poziomu kapitału ludzkiego i społecznego. Zaplanowano działania komunikacyjne w ten sposób, aby zrealizować wszystkie z wymienionych założeń. Dodatkowo w planie komunikacji przewidziano sposoby informowania społeczności lokalnej o efektach realizacji LSR.

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

Działania komunikacyjne i grupy docelowe wraz ze stosowanymi środkami przekazu

Najważniejszym elementem planu komunikacyjnego jest zamieszczona w nim tabela nr 1. Tabela została skonstruowana w ten sposób, aby w sposób przejrzysty i zrozumiały prezentować najważniejsze informacje dotyczące:

- planowanych do podjęcia działaniach komunikacyjnych;
- grup docelowych wraz ze stosowanymi środkami przekazu, które będą wykorzystywane;
- opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych (wraz z jednostką miary) oraz efektów działań komunikacyjnych (wraz z jednostką miary);
- zakładany budżet na realizację poszczególnych działań komunikacyjnych.

Przyjęcie takiego rozwiązania ma na celu ułatwienie wszystkim osobom zainteresowanym dotarcie oraz zapoznanie się z tym dokumentem. Jest to wprost realizacja jednego z fundamentalnych założeń wdrażania LSR i zarządzania organizacją jakim jest maksymalizacja inkluzywnej formuły działania.

Działania podejmowane w przypadku problemów z realizacją LSR oraz korygujące plan komunikacji

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 LSR możliwe będzie skorygowanie podejmowanych działań. Szczególną rolę będą tu odgrywać coroczne spotkania refleksyjne, w czasie których przedstawiciele społeczności będą mogli formułować rekomendacje odnośnie zmian. Organem LGD odpowiedzialnym za ich wdrożenie jest Zarząd.

Decyzję o korygowaniu planu komunikacji podejmuje Zarząd. Decyzja musi być poprzedzona konsultacjami społecznymi, które obejmą co najmniej umieszczenie informacji na ich temat na stronie internetowej.

Analiza efektywności 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. Dodatkowo, plan komunikacji stanowi jeden z elementów podlegających monitoringowi i badaniu ewaluacyjnemu opisanych w rozdziale X LSR. Bieżące monitorowanie postępów i efektów realizacji planu komunikacji będzie stanowiło podstawę do podejmowania decyzji przez Zarząd w tej kwestii. W zakresie planowanych badań ewaluacyjnych przewidziano również badanie efektywności działań komunikacyjnych, których wyniki będą również stanowiły podstawę z jednej strony do zebrania opinii na jego temat wśród przewidzianych do badania grup docelowych, z drugiej strony do podjęcia decyzji dotyczących dalszej realizacji lub zmiany działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu.

Indykatywny budżet

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 ramach projektowania poszczególnych działań i doboru środków przekazu zadbano o to, aby zminimalizować wydatki na gadżety reklamowe oraz publikacje wymagające druku zgodnie z interpretacją MRiRW.

Indykatywny budżet na przewidziane w planie komunikacji działania wynosi 2 550,00 EURO.

Tabela 1 Plan komunikacji

| Lp. | Działanie | Grupa docelowa | Środki przekazu | Wskaźniki realizacji | Wartość docelowa wskaźnika | Efekty działań | Budżet (EUR) |
|-----|---|---|--|---|----------------------------|--|--------------|
| 1 | Wzmacnianie wewnętrznego partnerstwa | Członkowie LGD | Email | Liczba newsletterów wysłanych do członków stowarzyszenia, jednostka miary: newsletter | 7 | upowszechnienie wśród członków LGD wiedzy na temat działań podejmowanych przez Stowarzyszenie | 200,00 |
| | | | Komunikacja bezpośrednia | Liczba zrealizowanych warsztatów refleksyjnych, jednostka miary: warsztat | 7 | zaangażowanie członków LGD w ewaluację działań Stowarzyszenia oraz wypracowanie nowych pomysłów na działania | 200,00 |
| | | | Fiszki z pomysłami na działania | Liczba rocznych raportów podsumowujących pomysły zgłoszone przez członków LGD, Jednostka miary: raport | 56 | włączenie członków LGD w poszukiwanie nowych sposobów działania Stowarzyszenia | 0 |
| 2 | Wzmocnienie partnerstwa na obszarze LSR | Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy, grupy osób w niekorzystnej sytuacji | Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR | Liczba artykułów informujących o działaniach LGD opublikowanych na stronie internetowej LGD, Jednostka miary: artykuł /post | 50 | poinformowanie mieszkańców o działaniach LGD i efektach realizacji LSR | 0 |
| | | | Ankieta | Liczba ankiet wypełnionych przez mieszkańców obszaru, Jednostka miary: ankieta | 300 | pozyskanie informacji zwrotnej na temat działań LGD | 1000,00 |

| | | | | | | | |
|---|--|--|--|---|-----|--|--------|
| | | | Fiszki z pomysłami na działania | Liczba rocznych raportów podsumowujących pomysły zgłoszone przez mieszkańców obszaru nie będących członkami LGD, Jednostka miary: raport | 5 6 | włączenie mieszkańców obszaru LGD w poszukiwanie nowych sposobów działania Stowarzyszenia | 0 |
| 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 | 30 | zachęcenie potencjalnych beneficjentów do realizacji operacji w partnerstwie | 0 |
| | | | Szkolenie | Liczba szkoleń dla potencjalnych beneficjentów, Jednostka miary: szkolenie | 6 | poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwości realizacji operacji w partnerstwie | 200,00 |
| | | | Spotkanie informacyjne w zakresie Smart Villages | Liczba spotkań dla mieszkańców gmin z obszaru LSR, Jednostka miary: spotkanie | 3 | poinformowanie mieszkańców obszaru o możliwości realizacji operacji innowacyjnych w ramach wdrażania LSR | 200,00 |
| | | | Komunikacja bezpośrednia, telefon, e-mail, komunikatory internetowe | Liczba porad udzielonych potencjalnym beneficjentom, Jednostka miary: porada | 30 | zachęcenie potencjalnych beneficjentów do realizacji operacji innowacyjnych | 0 |
| 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/post | 10 | upowszechnianie informacji na temat zaangażowania osób młodych w realizację LSR | 0 |
| | | | Spotkania informacyjne | Liczba spotkań dla organizacji działających na rzecz osób młodych w gminach obszaru LGD, | 3 | poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań | 200,00 |

| | | | | | | | |
|---|--|---|--|--|-----|---|--------|
| | | | | Jednostka miary: spotkanie | | na rzecz osób młodych | |
| 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/post | 10 | upowszechnianie informacji na temat zaangażowania seniorów w realizację LSR | 0 |
| | | | Spotkania informacyjne | Liczba spotkań dla organizacji działających na rzecz seniorów w gminach obszaru LGD, Jednostka miary: spotkanie | 3 | poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz seniorów | 200,00 |
| | | | Plakat | Liczba plakatów informujących o możliwości realizacji operacji na rzecz osób starszych wywieszonych w siedzibach podmiotów działających na obszarze LSR, Jednostka miary: plakat | 30 | poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz seniorów | 150,00 |
| 7 | Informowanie społeczności o możliwości udziału w działaniach na rzecz grup osób w niekorzystnej sytuacji lub o możliwości korzystania z efektów tych działań | Osoby w niekorzystnej sytuacji, organizacje pozarządowe | Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR | Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o operacjach na rzecz grup osób w niekorzystnej sytuacji, Jednostka miary: artykuł/post | 10 | upowszechnianie informacji na temat wsparcia udzielonego osobom z grupy w niekorzystnej sytuacji | 0 |
| | | | Spotkania informacyjne | Liczba spotkań dla organizacji działających na rzecz grup osób w niekorzystnej sytuacji w gminach obszaru LGD, Jednostka miary: spotkanie | 3 | poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz osób z grupy w niekorzystnej sytuacji | 200,00 |
| 8 | Wzmacnianie efektów realizacji LSR | Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje | Ankieta | Liczba ankiet oceniających jakość porad wypełnionych przez osoby z nich korzystające, | 200 | pozyskanie informacji zwrotnej na temat jakości świadczonego doradztwa | 0 |

| | | | | | | | | |
|----------------------------|--|--|---|--|---|--|----------------|----------------|
| | | pozarządowe, JST, przedsiębiorcy | | Jednostka miary: ankieta | | | | |
| | | | Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR | Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o efektach realizacji, Jednostka miary: artykuł/post | 7 | upowszechnianie informacji na temat efektów realizacji LSR | 0 | |
| RAZEM BUDŻET (EURO) | | | | | | | 2350,00 | 2550,00 |

Źródło: Opracowanie własne.