***Załącznik nr 2 do umowy nr 00023.UM15.6572.20030.2023***

***Plan komunikacji z lokalną społecznością – załącznik nr 7 do wniosku o wybór LSR***

***(standard minimum)***

Plan komunikacji LSR LGD Wielkopolska z Wyobraźnią zapewnia realizację działań komunikacyjnych LGD na lata 2024- 2029.

Głównym celem planu jest prawidłowe i skuteczne wdrażanie Lokalnej Strategii Rozwoju. Określa on reguły wymiany informacji między mieszkańcami LGD. Działania komunikacyjne mają na celu wspieranie realizacji celów oraz wskaźników określonych w LSR. Systematyczne dostarczanie niezbędnych informacji ma na celu zmotywowanie i zachęcenie wszystkich mieszkańców obszaru objętego LSR do korzystania z Funduszy Europejskich.

Podejmowane działania w ramach Planu komunikacji będą miały na celu:

* Informowanie mieszkańców o celach i obszarach działania;
* Informowanie o zasadach i zakresach planowanych do przeprowadzenia w ramach LSR naborów;
* Prowadzenie szkoleń i warsztatów celem polepszenie jakości składanych do LGD wniosków;
* Wspieranie beneficjentów w realizacji operacji;
* Prowadzenie doradztwa i punktów Informacyjnych
* Informowanie mieszkańców poprzez media społecznościowe o dotychczasowych efektach wdrażania.

Z dotychczasowego doświadczenia Stowarzyszenia wynika, że najbardziej skuteczne narzędzia komunikacji na obszarze LGD Wielkopolska z Wyobraźnią to:

* Indywidualne spotkania w biurze LGD w formie doradztwo;
* Popularnym źródłem jest również strona internetowa LGD;
* Lokalne portale oraz media społecznościowe.
1. ***Prezentacja głównych celów i przesłanek leżących u podstaw opracowania planu komunikacji***

Plan komunikacji jest dokumentem odnoszącym się do strategii LGD, która określa warunki aktywnego ciągłego uczestnictwa lokalnej społeczności w bieżącym wdrażaniu LSR oraz budowaniu potencjału kapitału społecznego na obszarze. Plan komunikacji LSR jest ściśle powiązany z procesem wdrażania LSR oraz planem działania i budżetem.

Koncepcja komunikacji z lokalną społecznością powstała w oparciu o analizy dotychczasowej działalności informacyjno-promocyjnej LGD, analizę otoczenia LGD oraz przegląd możliwych form środków komunikacji, a następnie dostosowanie ich do lokalnych potrzeb i możliwości zasobów ludzkich i finansowych LGD.

**Analiza:** W trakcie spotkań konsultacyjnych poruszono kwestie związane z komunikacją w ramach wdrażania LSR. Zapytano mieszkańców reprezentujących różne środowiska jakie formy komunikacji są ich zdaniem najskuteczniejsze i preferowane. W trakcie dyskusji nad wypracowaniem założeń szczególnie pozytywnie ocenione zostały artykuły, informacje zamieszczane na stronie internetowej LGD oraz na portalach społecznościowych. Pond to 73% mieszkańców wskazała, że ważne są dla nich spotkania informacyjne z uwagi na możliwość zadawania pytań i bezpośrednią interakcją
z pracownikami biura. Wskazali również, że najbardziej interesują ich informacje o naborach
i działaniach podejmowanych przez Stowarzyszenie. Analizując sugestie dotyczące poprawy skuteczności działań komunikacyjnych poprzez zwiększenie wykorzystania portali społecznościowych nie tylko LGD, ale i gmin wchodzących w skład obszar LSR, dotarcia z informacją do innych mediów lokalnych np. gazet czy rozgłośni radiowych. Wypracowano następujące działania komunikacyjne:

**Skutecznie i systematycznie podnosić poziom wiedzy mieszkańców na temat Lokalnej Strategii Rozwoju (LSR) jej celów i podejmowanych przedsięwzięć poprzez:**

1. Upowszechnianie informacji o możliwościach skorzystania ze środków LSR, zasadach przyznawania pomocy i realizacji operacji za pomocą spotkań, szkoleń, warsztatów
2. Prowadzenie działań aktywizacyjnych i animacyjnych na obszarze LSR, w szczególności skierowanych do grup defaworyzowanych (zgodnie z opisem w LSR)
3. Promowanie zasobów lokalnych obszaru LSR po przez kampanie informacyjne
4. Uzyskiwanie informacji zwrotnych na temat jakości działań LGD i wdrażania LSR.

***2. Opis działań komunikacyjnych i grup docelowych oraz środków przekazu***

W oparciu o analizę i techniki partycypacyjne określono wybrane rodzaje działań
i środków komunikacyjnych, które zostaną zastosowane w realizacji planu komunikacji.

**Kampanie informacyjne** - rozumiane jako zestaw różnych działań zaplanowanych w konkretnym czasie, skierowanych do określonej grupy docelowej, których celem jest doprowadzenie do wzrostu wiedzy, zmiany myślenia, zachowania wobec określonego problemu społecznego lub rozwiązanie problemu społecznego blokującego osiąganie dobra wspólnego zdefiniowanego jako cel marketingowy. LGD planuje kampanie w zakresie, rozwoju przedsiębiorczości, skróconych łańcuchów dostaw w celu zwiększenia zainteresowania mieszkańców obszaru tematyką interwencji zaplanowanej w LSR.

**Szkolenia** - rozumiane jako działanie edukacyjne o charakterze wykładowo-warsztatowym, którego celem jest podniesienie wiedzy i kompetencji w danej dziedzinie. W odniesieniu do działalności LGD szkolenia będą dotyczyć w szczególności podnoszenia wiedzy w zakresie poprawności wypełniania wniosków, rozliczania ich i realizacji. Szkoleniami objęte zostaną grupy 10-20 osobowe. Szkolenia będą miały kilka form:

**otwarte** - organizowane przez LGD do ogółu społeczności lub wybranych grup wnioskodawców lub potencjalnych wnioskodawców, dostępne dla wszystkich zainteresowanych, udział w nich będzie dobrowolny, ale premiowany przy ocenie wniosku.

**wewnętrzne** - skierowane do członków LGD oraz pracowników biura LGD w szczególności do członków Rady odpowiedzialnej za wybór projektów realizowanych w ramach LSR , udział zalecany.

**zewnętrzne** - skierowane do pracowników oraz organów LGD, organizowane przez podmioty zewnętrzne, udział zalecany.

**Warsztaty tematyczne** - rozumiane jako spotkania w formie aktywnego udziału uczestników ukierunkowane na wypracowanie konkretnego rezultatu np. wniosku o przyznanie pomocy, wniosku
o płatność, metod promocji projektów, budowania marki lokalnej. W warsztatach zakłada się pracę w grupach 5-15 osobowych.

**Materiały informacyjne i promocyjne** - (przede wszystkim w formie elektronicznej, w formie drukowanej w wyjątkowych sytuacjach) zawierające treści odnoszące się do obszaru oraz zagadnień związanych z LSR.

**Seminaria, konferencje, otwarte spotkania informacyjno-konsultacyjne** są to formy zakładające szeroki udział lokalnej społeczności podmiotów funkcjonujących na obszarze LSR dla min. 20 osób. Formy te zawierają elementy komunikacji dwustronnej debaty, dyskusji i wymiany doświadczeń. Ukierunkowane na przekazywaniu informacji dotyczących wdrażania LSR i otrzymywania informacji zwrotnej oraz zwiększenia poziomu zaangażowania społeczności we wdrażanie LSR i działalność LGD.

**Stoiska promocyjne i informacyjne** na imprezach lokalnych typu festyny, festiwale organizowane przez LGD w partnerstwie z podmiotami publicznymi i społecznymi lub/i uczestnictwo przedstawicieli LGD w imprezach organizowanych przez inne podmioty publiczne lub społeczne.

**Artykuły informacyjne i promocyjne na stronach internetowych** - strony www Lokalnej Grupy Działania oraz podmiotów wchodzących w skład LGD, a także profile LGD i innych współpracujących podmiotów na portalach społecznościowych. Materiały i artykuły do prezentacji wszystkich dokumentów związanych z wdrażaniem LSR, a także do bieżącego informowania, np.
o terminach naboru wniosków, planowanych konkursach, rodzajach i wysokości wsparcia projektów, etc. Wszystkie informacje udostępniane na portalach internetowych będą miały formę przejrzystą
i zrozumiałą dla każdego potencjalnego beneficjenta. Będą także zawierać adresy kontaktowe do osób odpowiedzialnych za wdrażanie LSR. Na stronach będą zamieszczane narzędzia do wyrażania opinii mieszkańców np. sondaże, fora dyskusyjne, ankiety online.

**Artykuły w prasie lokalnej** - materiały pisemne informujące o kluczowych działaniach LGD
i ważnych etapach wdrażania LSR oraz prezentujące efekty wdrażania LSR.

**Doradztwo indywidualne i zbiorowe** - forma komunikacji dwustronnej z aktywnym

zaangażowaniem dwóch stron, pracownika biura LGD lub wynajętego przez biuro specjalisty skierowane do potencjalnego wnioskodawcy lub beneficjenta. Udzielanie informacji w biurze LGD wizyta w biurze, telefon lub e-mail od osoby zainteresowanej działalnością LGD , udzielenia odpowiedzi, zachęcenia do aktywnego włączenia się w działania w ramach LSR.

**Badania satysfakcji odbiorców działań komunikacyjnych LGD** - będą miały formę ankiet zadowolenia z poziomu obsługi w biurze LGD, jakości doradztwa, informowania, szkolenia itp. Informacje na temat zadowolenia/satysfakcji osób korzystających z działań LGD będą źródłem wiedzy pracowników LGD i Zarządu na temat efektywności i jakości działań komunikacyjnych LGD
i **podstawą do wdrożenia zmian korygujących**.

Działania komunikacyjne będą kierowane do określonych **grup docelowych**, do których LGD zamierza docierać z przekazem komunikacyjnym:

* potencjalni wnioskodawcy LSR,
* beneficjenci LSR,
* grupy defaworyzowane,
* członkowie LGD,
* jednostki samorządu terytorialnego,
* organizacje pozarządowe
* ogół społeczności lokalnej.

Z szerokiej grupy ogółu społeczności lokalnej można wyodrębnić podgrupy, do których będą kierowane inne formy i środki przekazu: uczniowie, młodzież, osoby starsze, rolnicy, przedsiębiorcy, potencjalni uczestnicy projektów.

W celu zapewnienia skutecznej komunikacji i zapewnieniu równego dostępu do informacji na temat LSR również z osobami z różnymi niepełnosprawnościami, uwzględniając ich potrzeby oraz uzupełniać standardowy sposób komunikacji o dodatkowe środki i dopasowywać komunikację do różnych rodzajów niepełnosprawności. W tym celu LGD będzie prowadzić indywidualne konsultacje w każdej gminie członkowskiej, z możliwością dojazdu do klienta, że stopniem niepełnosprawności uniemożliwiającym samodzielne dotarcie.

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

Szczegółowy plan komunikacji określa wskaźniki działań komunikacyjnych i efekty, które pozwolą ocenić stopień realizacji celu. Zawarte w tabeli informacje określają sposób ich pomiaru. W planie komunikacji zawarte zostały zróżnicowane działania komunikacyjne za pomocą których Wielkopolska z Wyobraźnią zamierza skutecznie dotrzeć do społeczności lokalnych i przekonać, że warto aktywnie uczestniczyć w realizacji LSR i włączyć się w sprawy lokalne.

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

Analiza efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu jest istotnym elementem procesu oceny skuteczności zastosowanego planu komunikacji.

Najważniejszym elementem analizy jest monitorowanie działań komunikacyjnych celem określenia ich przebiegu i skuteczności. Działania te polegać będą na regularnym zbieraniu danych dotyczących liczby odbiorców i ich reakcji (dane zbierane na bazie ankiet). Następnie na podstawie zebranych danych przeprowadzona zostanie analiza i ocena wyników działań komunikacyjnych. Polegać ona będzie na porównaniu osiągniętych wskaźników z założonymi celami i wskaźnikami. Analizowana będzie skuteczność poszczególnych środków przekazu co przyczyni się do identyfikacji mocnych i słabych strony działań komunikacyjnych. Na podstawie wyników analizy podjęte zostaną działania korygujące, które będą miały na celu poprawienie efektywności działań komunikacyjnych między innymi poprzez zmianę środków przekazu, dostosowanie treści, targetowanie konkretnych grup odbiorców.

Ciągłe monitorowanie i ocena efektywności działań komunikacyjnych jest bardzo ważna aby dostosować plan komunikacji do zmieniających się potrzeb i osiągać pożądane rezultaty. Analiza efektywności będzie oparta na konkretnych danych i wskaźnikach, które umożliwią obiektywną ocenę skuteczności działań komunikacyjnych.

Badanie (gromadzenie danych) odbywać się będzie w sposób ciągły, a analiza danych w okresach rocznych.

***5. Indykatywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem głównych kategorii wydatków***

LGD będzie finansowało działania komunikacyjne w ramach kosztów funkcjonowania LGD, przewidzianych dla LGD w ramach wszystkich funduszy naliczanych proporcjonalnie do przyznanych środków na zarządzanie:

PS WPR – 60,98%.

EFS+ – 23,41%

EFRR – 15,61%

Całkowity koszt związany z realizacją działań komunikacyjnych będzie wynosił 29 030,00 euro.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Cel komunikacji** | **Nazwa działania komunikacyjnego** | **Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)** | **Narzędzia i środki przekazu** | **Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań** | **Budżet – ze wskaza-niem źródła finansowania** | **Badanie efektywności działań komunikacyjnych** |
| 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 pozarządowei mieszkańcy obszaru, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jsfp | - Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD | Wskaźnik:Artykuł zamieszczony na stronie LGD (ilość:4), aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnychEfekt:Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI | Łącznie 1000,00 € 609,8 € PS WPR Zarządzanie LSR156,1 €EFRR Zarządzanie234,1 €EFS+Zarządzanie | Monitoring oglądalności strony LGD |
| Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach) | Kampania informacyjnana temat głównychzałożeń LSR | Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowei mieszkańcy obszaru LGD, w tym także przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji | - Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalach społecznościowych - fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym *\*rekomenduje się aby LGD korzystała z minimum 2 środków przekazu, z czego 1 nie będzie stroną internetową administrowaną przez LGD. Celem działania ma być dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców.* | Wskaźnik:Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych (ilość:4)Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość:2)Efekt:Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR | Łącznie 900,00 € 548,82 € PS WPR Zarządzanie LSR140,49 €EFRR Zarządzanie210,69 €EFS+Zarządzanie | Monitoring oglądalności strony LGD, ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD |
| 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, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jsfp, grupy osób w niekorzystnej sytuacji | - Spotkania informacyjno-szkoleniowe | Wskaźnik:Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (ilość:8), w tym minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wnioskówEfekt:Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji | 9 300 € 5 671,14 € PS WPR Zarządzanie LSR1 451,73 €EFRR Zarządzanie2 177,13 €EFS+Zarządzanie | Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych |
| Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów | Informowanie na temat warunkówi sposobów realizacjii rozliczania projektów | Beneficjenci oraz wnioskodawcy | - Doradztwo indywidualne/ szkolenia | Wskaźnik:Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart/ewidencji udzielonego doradztwa/ (160 szt.)Liczba szkoleń (ilość 8 szt.)Efekt:Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów | 3 480,00 € 2 122,10 € PS WPR Zarządzanie LSR543,23 €EFRR Zarządzanie814 67 €EFS+Zarządzanie | Karta / ewidencja udzielonego doradztwa/Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu |
| Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wnioskówi 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*\*rekomenduje się aby LGD korzystała z minimum 2 środków przekazu, z czego 1 nie będzie stroną internetową administrowaną przez LGD. Celem działania ma być dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców* | Wskaźnik: Artykuły na stronach internetowych (ilość:4) Informacje na portalach społecznościowych oraz mediach o zasięgu lokalnym (ilość:4)Efekt:Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wnioskówi możliwości realizacji operacji | 350,00 € 213,43 € PS WPR Zarządzanie LSR54,64 €EFRRZarządzanie81,93 €EFS+Zarządzanie | Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa |
| Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD | Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji | Wnioskodawcy i beneficjenciw poszczególnych zakresach operacji | - Ankieta wypełniana po doradztwie | Wskaźnik: Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów (ilość:300)Efekt: Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych | 1000,00 € 609,8 € PS WPR Zarządzanie LSR156,1 €EFRR Zarządzanie234,1 €EFS+Zarządzanie | Badanie ankietowe |
| 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\**rekomenduje się aby LGD korzystała z minimum 2 środków przekazu, z czego 1 nie będzie stroną internetową administrowaną przez LGD. Celem działania ma być dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców*. | Wskaźnik: Artykuły na stronach internetowych (ilość:4)Informacja na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym (ilość:4)Efekt: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie | 13 000,00 € 7 927,4 € PS WPR Zarządzanie LSR2 029,3 €EFRR Zarządzanie3 043,3 €EFS+Zarządzanie | Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów |