



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



PLAN KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ DLA WDRAŻANIA STRATEGII ROZWOJU LOKALNEGO KIEROWANEGO PRZEZ SPOŁECZNOŚĆ (LSR) dla obszaru Lokalnej Grupy Działania „TRZY DOLINY” na lata 2023-2029



Powiat
Bydgoski



Białe
Błota



Dobrcz



Koronowo



Nowa Wieś
Wielka



Osielsko



Sicienko



Solec
Kujawski



1. Główne cele i przesłanki planu komunikacji:

Plan komunikacji uwzględnia realizację obowiązków komunikacyjnych LGD wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego, jako IZ Programu Fundusze Europejskie dla Kujaw i Pomorza 20212027 oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR. Istotą planu jest wspieranie realizacji celów LSR poprzez zachęcenie potencjalnych beneficjentów i mieszkańców obszaru objętego LSR do korzystania ze środków przewidzianych na realizację LSR. Plan ten określa główne cele działań komunikacyjnych, odpowiednie środki przekazu, a także identyfikuje adresatów poszczególnych działań (tzw. grupy docelowe). Plan komunikacji jest również narzędziem zachowania oddolnego charakteru realizacji wsparcia w okresie wdrażania LSR. Podejście oddolne jest od LGD wymagane również na etapie wdrażania LSR, a jego wyrazem ma stanowić plan komunikacji LGD ze społecznością lokalną, który musi zakładać aktywizację, budowanie powiązań, zacieśnianie relacji oraz stały kontakt ze społecznością. Takie partnerskie i oddolne podejście prowadzi do integracji członków społeczności, aktywizacji do udziału w życiu społecznym, poczucia sprawczości, by następnie stopniowo sprzyjać dojrzałości obywatelskiej, podejmowaniu własnych inicjatyw, samostanowienia, a nawet kontroli społecznej. W planie komunikacji uwzględniono wnioski z konsultacji społecznych, z których wynika m.in. konieczność dywersyfikacji kanałów informacyjnych, dostosowania ilości i jakości komunikatów do potencjału odbiorców oraz walory edukacyjne, mające bezpośrednie przełożenie na efekty wdrażania LSR, w szczególności osiągnięcie wskaźników produktu i rezultatu.

Analiza potrzeb/problemów komunikacyjnych:

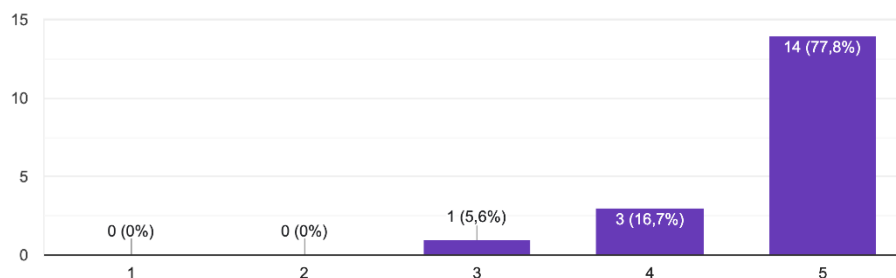
LGD w zakresie realizowanej ewaluacji zewnętrznej realizowanej do końca stycznia 2023 roku zbadało skuteczność i efektywność prowadzonych działań komunikacyjnych na obszarze LSR. „RAPORT Z EWALUACJI ZEWNĘTRZNEJ (EX-POST) STRATEGII ROZWOJU LOKALNEGO KIEROWANEGO PRZEZ SPOŁECZNOŚĆ NA LATA 2014-2020 STOWARZYSZENIA LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA TRZY DOLINY” ocenił prowadzone dotychczas działania komunikacyjne w sposób następujący:

- **Ocena zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych oraz szkoleniowych organizowanych dla potencjalnych beneficjentów:**

Organy LGD/ Jednostki

Jak Państwo oceniacie zrealizowane działania informacyjno-promocyjne oraz szkoleniowe organizowane dla potencjalnych beneficjentów przez „LGD Trzy Doliny”?

18 odpowiedzi

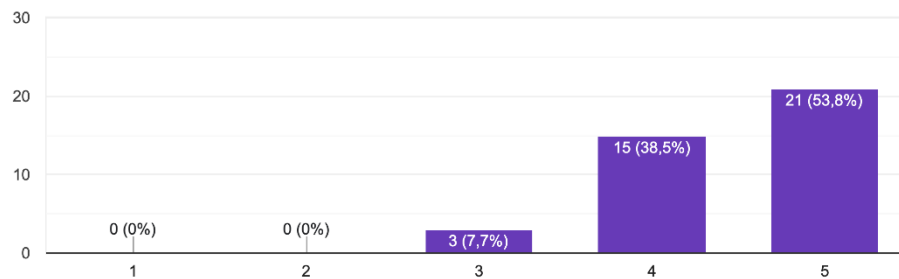


Wykres – Zestawienie wyników badania organów LGD i pracowników w zakresie oceny zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych oraz szkoleniowych organizowanych dla potencjalnych beneficjentów

Beneficjenci

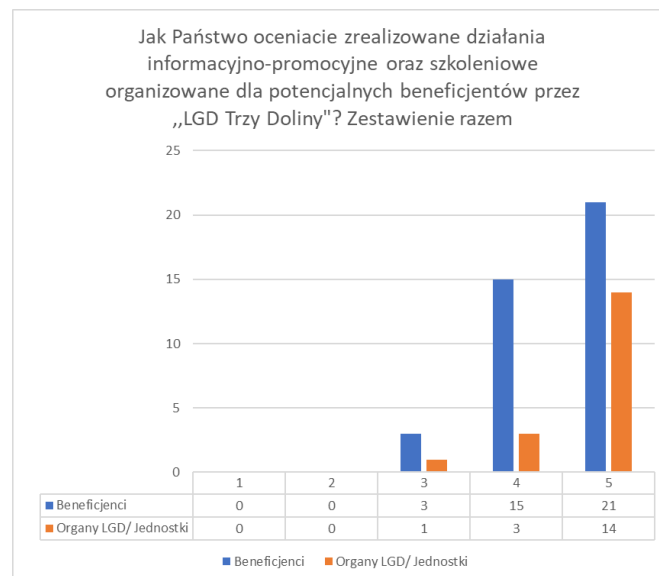
Jak Państwo oceniacie zrealizowane działania informacyjno-promocyjne oraz szkoleniowe organizowane dla potencjalnych beneficjentów przez „LGD Trzy Doliny”?

39 odpowiedzi



Wykres – Zestawienie wyników badania beneficjentów w zakresie oceny zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych oraz szkoleniowych organizowanych dla potencjalnych beneficjentów.

Dane połączone



Wykres – Skumulowane zestawienie wyników badania w zakresie oceny zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych oraz szkoleniowych organizowanych dla potencjalnych beneficjentów.

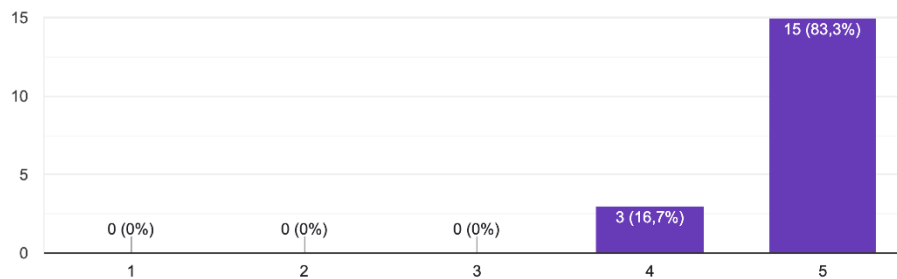
- Ocena zrealizowanych działań doradczych dla potencjalnych beneficjentów:

Organy LGD/ Jednostki



Jak Państwo oceniacie zrealizowane działania doradcze dla potencjalnych beneficjentów przez „LGD Trzy Doliny”

18 odpowiedzi

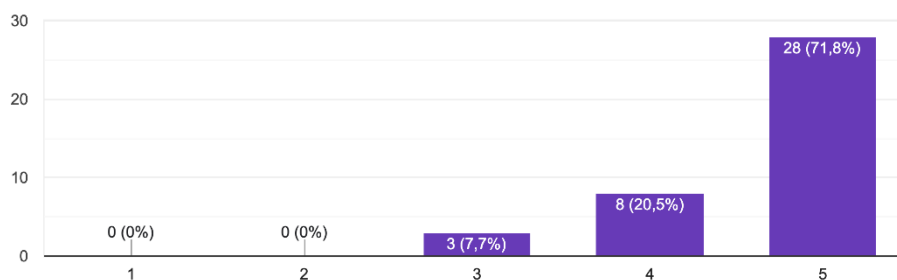


Wykres–Zestawienie wyników badania organów LGD i pracowników w zakresie oceny zrealizowanych działań doradczych dla potencjalnych beneficjentów.

Beneficjenci

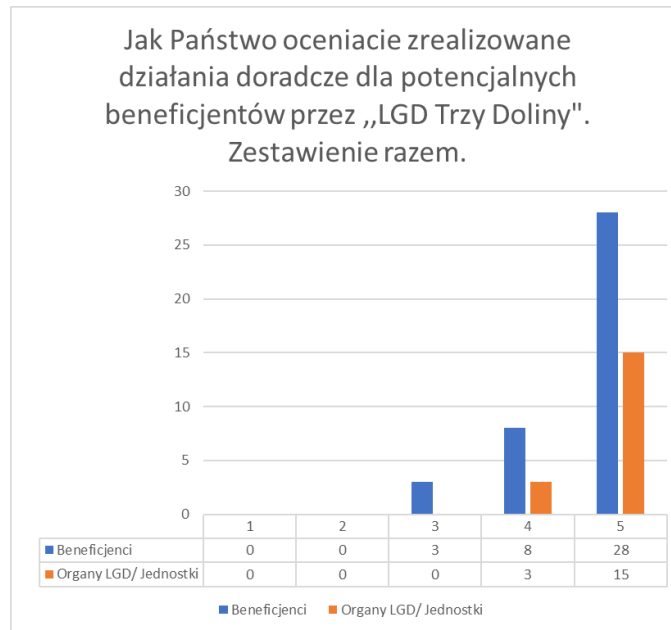
Jak Państwo oceniacie zrealizowane działania doradcze dla potencjalnych beneficjentów przez „LGD Trzy Doliny”

39 odpowiedzi



Wykres–Zestawienie wyników badania beneficjentów w zakresie oceny zrealizowanych działań doradczych dla potencjalnych beneficjentów.

Dane połączone



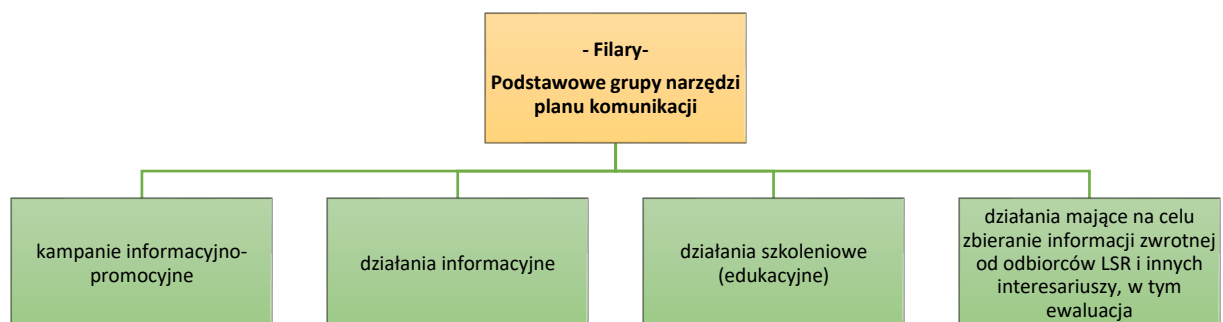
Wykres–Skumulowane zestawienie wyników badania w zakresie oceny zrealizowanych działań doradczych dla potencjalnych beneficjentów.

Opis wyników przeprowadzonej analizy:

Badanie w zakresie oceny zrealizowanych działań doradczych organizowanych dla potencjalnych beneficjentów, realizowane było wśród pracowników LGD, beneficjentów oraz uczestników warsztatów refleksyjnych. Wszystkie grupy respondentów w badaniach wskazują, iż realizowane wsparcie doradcze oceniono, jako bardzo dobre lub dobre. Tego typu ocena pozwala na sformułowanie wniosku o podtrzymanie jakości realizowanego wsparcia doradczego.

Podobnie sytuacja ma się z oceną realizowanych działań informacyjno-promocyjnych oraz szkoleniowych organizowanych dla potencjalnych beneficjentów. Badanie realizowane było wśród pracowników LGD, beneficjentów oraz uczestników warsztatów refleksyjnych. Wszystkie grupy respondentów w badaniach wskazują, iż realizowane wsparcie szkoleniowe oraz działania informacyjno-promocyjne oceniono, jako bardzo dobre lub dobre. Tego typu ocena pozwala na sformułowanie wniosku o podtrzymanie jakości realizowanego wsparcia szkoleniowego i działań informacyjno-promocyjnych.

Opis filarów podstawowych grup narzędzi planu komunikacji:





Cele planu komunikacji:

- informowanie beneficjentów o możliwościach pozyskiwania środków w ramach LSR oraz doradztwo w procesie tworzenia i realizacji projektów/operacji
- aktywizacja grup defaworyzowanych i środowisk działających na ich rzecz
- integracja i aktywizacja społeczności lokalnej w oparciu o współpracę trzech sektorów (publicznego, społecznego, gospodarczego)
- budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o już zrealizowanych w ramach lokalnej strategii projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji,
- pozyskanie informacji od lokalnej społeczności o skuteczności środków przekazu i działań komunikacyjnych oraz kierunkach realizacji LSR
- prezentacja efektów wdrażania LSR

Adresaci działań komunikacyjnych:

W ramach instrumentu Rozwój lokalny kierowany przez Społeczność (RLKS) społeczność z danego obszaru tworzy partnerstwo lokalne, które opracowuje i realizuje strategię rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność (LSR). To działanie służące włączeniu obywateli na szczeblu lokalnym w inicjowanie i realizację działań na rzecz rozwoju lokalnego. Z uwagi na główne założenia RLKS tj. podejście partnerskie, oddolność, tworzenie różnego rodzaju sieci, których celem jest pomoc w dzieleniu się doświadczeniami i przekazywanie wiedzy między interesariuszami a LGD, współpracę i partycypację, LGD w ramach wdrażania LSR pragnie zapewnić aktywną komunikację z jak najszerszym gronem odbiorców zamieszkujących i działających na obszarze LSR. W związku z powyższym należy wyszczególnić następujące grupy odbiorców działań komunikacyjnych:

- Lokalni liderzy m.in. sołtysami, radnymi gmin, powiatów, województwa;
- instytucje kulturalne i/lub edukacyjne mające siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotekami, domami kultury, szkołami, uniwersytetami trzeciego wieku;
- organizacje pozarządowe mające siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiającymi młodzież i seniorów) m.in. kołami gospodyń wiejskich, ochotniczymi strażami pożarnymi, klubami sportowymi;
- instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodkami pomocy społecznej, parafiami, warsztatami terapii zajęciowej itp.;
- mieszkańcy obszaru LSR;
- przedsiębiorcy mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR,
- wszyscy potencjalni wnioskodawcy: np. przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, grupy defaworyzowane,
- wnioskodawcy i beneficjenci wspierani przez LGD, członkowie LGD,
- społeczność lokalna obszaru LSR.

2. Opis działań komunikacyjnych, grup docelowych, środków przekazu, opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych:

Termin	Cel działań komunikacyjnych	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki	Planowane efekty działań komunikacyjnych
2023-2029	Informowanie lokalnej społeczności, w tym lokalnych liderów m.in. sołtysów, radnych gmin, powiatów, województwa, o możliwościach pozyskania środków w ramach PS WPR oraz EFS+	Kampania promocyjna PS WPR/EFS+ 2023-2029	<ul style="list-style-type: none"> Lokalni liderzy m.in. sołtysami, radnymi gmin, powiatów, województwa; instytucjami kulturalnymi i/lub edukacyjnymi mającymi siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotekami, domami kultury, szkołami, uniwersytetami trzeciego wieku; organizacjami pozarządowymi mającymi siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiającymi młodzież i seniorów) m.in. kołami gospodyń wiejskich, ochotniczymi strażami pożarnymi, klubami sportowymi; 	<ul style="list-style-type: none"> Stworzenie (lub prowadzenie) bazy mailowej lokalnych liderów. Strona internetowa LGD z newsletterem Organizowanie raz w roku otwartego wydarzenia (np. festynu, konferencji, rajdu rowerowego, konkursu kulinarnego, spływu kajakowego itp.) dla społeczności z terenu LSR podczas których zapewnione będzie aby: materiały informacyjne promujące wydarzenie zawierały informację o współorganizacji działania przez LGD, podczas wydarzenia co najmniej 2-krotnie uczestnicy zostali poinformowani przez 	<ul style="list-style-type: none"> Stworzenie 1 bazy mailowej lokalnych liderów. Stworzenie 1 strony internetowej LDG wraz z newsletterem. (Utworzenie bazy mailowej do newslettera). min. 1 wydarzenie otwarte w roku kalendarzowym. min. 1¹ zorganizowane Forum generalne LGD w roku. min. 1¹ zorganizowane spotkanie w każdej gminie w roku. 1 kanał społecznościowy prowadzony przez LGD np. YouTube, Facebook, Instagram. min. 4 wydania NEWSLETTERA w roku. 	<ul style="list-style-type: none"> min. 60 osób/podmiotów/adresów/mieszkańców obszaru LSR zapisanych do newslettera. min. 300 uczestników wydarzenia/wydarzeń zorganizowanych/współorganizowanych przez LGD, mieszkańców obszaru objętego LSR w roku. min 1² raport z Forum generalnego LGD. min. 7³ zorganizowanych spotkań informacyjno-konsultacyjnych w każdej gminie (7 raportów) min. 2000 odsłon/wyświetleń strony w ciągu roku. min. 4 różne aktywności w każdym miesiącu, w ramach prowadzonych działań z wykorzystaniem mediów społecznościowych.

¹ W roku 2024 zorganizowane 2 Forum generalnych i 2 spotkań informacyjnych.

² W roku 2024 2 raporty z Forum generalnych.

³ W roku 2024 14 zorganizowanych spotkań informacyjno-konsultacyjnych, 14 raportów.

			<ul style="list-style-type: none">• instytucjami działającymi na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodkami pomocy społecznej, parafiami, warsztatami terapii zajęciowej itp.;• mieszkańcami obszaru LSR;• przedsiębiorcami mającymi siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR,	<p>osoby prowadzące wydarzenie o działalności LGD, wystawione zostało stoisko informacyjne LGD, gdzie każdy z uczestników będzie miał możliwość uzyskania informacji o działalności LGD i możliwości uzyskania wsparcia ze środków LSR.</p> <ul style="list-style-type: none">• Zorganizowanie raz w roku Forum generalnego LGD, na które LGD zaprosi uczestników spotkań informacyjno-konsultacyjnych organizowanych w gminach oraz spotkań w zainteresowanych sołectwach, a także przedstawiciele grup docelowych wymienionych w standardzie oraz innych lokalnych partnerów działających w obszarze społecznym i gospodarczym.• zorganizowanie raz w roku 1 spotkania informacyjno-konsultacyjnego z		
--	--	--	--	--	--	--

				<p>przedstawicielami grup docelowych działań komunikacyjnych (w szczególności przedstawicielami sołectw) w każdej gminie obszaru LSR.</p> <ul style="list-style-type: none">• Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych LGD przy użyciu co najmniej 1 z mediów społecznościowych np. YouTube, Facebook, Instagram.• Informowanie ZW/wskazanej organizacji/institucji z co najmniej 14-dniowym wyprzedzeniem o wszystkich zaplanowanych przez LGD aktywnościach/wydarzeniach na terenie objętym LSR (m.in. festynach, konkursach, podpisywaniu umów grantowych, szkoleniach, warsztatach), na wskazany przez ZW adres mailowy .		
--	--	--	--	---	--	--

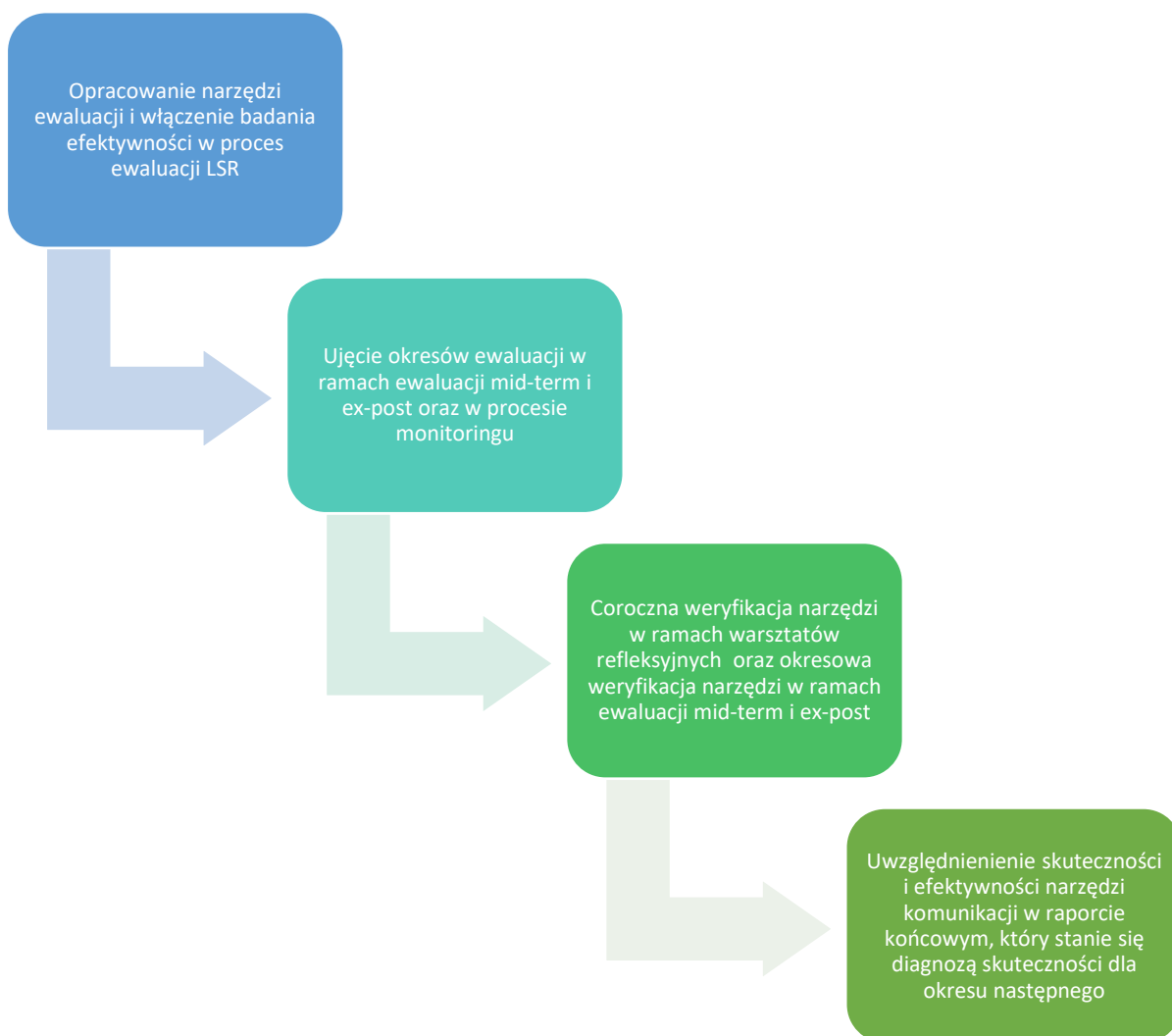
2023-2029	Pomoc potencjalnym beneficjentom w przygotowywaniu wniosków i pozyskiwaniu środków.	Kampania edukacyjna PS WPR/EFS+ 2023-2029	<ul style="list-style-type: none"> • Lokalni liderzy m.in. sołtysami, radnymi gmin, powiatów, województwa; • instytucjami kulturalnymi i/lub edukacyjnymi mającymi siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotekami, domami kultury, szkołami, uniwersytetami trzeciego wieku; • organizacjami pozarządowymi mającymi siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiającymi młodzież i seniorów) m.in. kołami gospodyń wiejskich, ochotniczymi strażami pożarnymi, klubami sportowymi; • instytucjami działającymi na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodkami pomocy społecznej, parafiami, warsztatami terapii zajęciowej itp.; • mieszkańcami obszaru LSR; 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizacja bezpłatnych szkoleń w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia. Dopuszcza się możliwość organizacji szkoleń, które swoją tematyką (zakresem) będą obejmować więcej niż jeden konkurs. 	<ul style="list-style-type: none"> • min. 1 szkolenie/część szkolenia dot. każdego ogłoszonego konkursu 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilość osób przeszkolonych w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia – 200 osób
-----------	---	---	---	--	--	--

			<ul style="list-style-type: none"> • przedsiębiorcami mającymi siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR, 			
2023-2029	Pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR	Działania informacyjne LGD	<ul style="list-style-type: none"> • Wnioskodawcy i beneficjenci wspierani przez LGD, członkowie LGD. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ankiety elektroniczne, • Ankiety tradycyjne, • Spotkania konsultacyjne. 	<ul style="list-style-type: none"> • min 1 ankieta elektroniczna i tradycyjna • min 1 spotkanie konsultacyjne w roku 	<ul style="list-style-type: none"> • Ilość osób, które wypełniły ankiety w roku kalendarzowym – 20 ankiet • Ilość uczestników każdego spotkania konsultacyjnego – 20 osób
2023-2029	Sposoby upubliczniania wyników działań w ramach planu komunikacji oraz sposobów ich wykorzystania na dalszych etapach realizacji LSR	Feedback i ewaluacja LGD/LSR.	<ul style="list-style-type: none"> • Wnioskodawcy i beneficjenci wspierani przez LGD, członkowie LGD. • Społeczność lokalna obszaru LSR. 	<ul style="list-style-type: none"> • Strona internetowa LGD z newsletterem 	<ul style="list-style-type: none"> • min. 1 rocznie, publikacja sprawozdania zawierająca wyniki działań w ramach planu komunikacji oraz sposobów ich wykorzystania na dalszych etapach realizacji LSR. 	<ul style="list-style-type: none"> • Wzrost liczby mieszkańców obszaru LGD dostrzegających pozytywne efekty wdrażania LSR



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

Analiza efektywności działań komunikacyjnych przewiduje cykliczne badanie stosowanych środków przekazu i zaproponowanych działań komunikacyjnych pod kątem osiągnięcia planowanych efektów, a także racjonalnego wykorzystania budżetu planu komunikacji. Ewaluacja /analiza efektywności będzie elementem planu ewaluacji i będzie odbywała się zarówno w ramach ewaluacji mid-term jak i ex-post, a wyniki badań ewaluacyjnych wykorzystane zostaną do dokonania zmian i korekt, aby uczynić plan komunikacji i uwzględnione w nim narzędzia bardziej efektywnymi. Konstruując powyższe założenia planu komunikacji bazowano na dorobku i ocenie efektywności działań prowadzonych w poprzednim okresie i okresie bieżącym przypadającym na moment konstruowania planu komunikacji. Proponowana procedura korygowania planu komunikacji:



4. Szacunkowy budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem głównych kategorii wydatków:

Działanie komunikacyjne	Szacowana kwota wydatków w PLN	Główne kategorie wydatków
Kampania promocyjna PS WPR/EFS+ 2023-2029	50 000,00	<ul style="list-style-type: none"> • baza mailowa lokalnych liderów • strona internetowa LDG wraz z newsletterem • wydarzenia otwarte • spotkania z sołtysami • prowadzenie kanału społecznościowego • Informowanie ZW o działaniach LGD
Kampania edukacyjna PS WPR/EFS+ 2023-2029	30 000,00	<ul style="list-style-type: none"> • Organizacja bezpłatnych szkoleń w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia.
Działania informacyjne LGD	10 000,00	<ul style="list-style-type: none"> • Ankiety elektroniczne, • Ankiety tradycyjne, • Spotkania konsultacyjne.
Feedback i ewaluacja LGD/LSR.	10 000,00	<ul style="list-style-type: none"> • Strona internetowa LGD z newsletterem • Opracowanie raportów.
RAZEM:	100 000,00	

.....
(Podpis osób upoważnionych)