

Prezentacja **głównych celów** i przesłanek leżących u podstaw opracowania Planu komunikacji z lokalną społecznością.

Cel i przesłanki:

1. Poinformowanie o realizacji i zakresie LSR – rozpoczęcie wdrażania LSR.
2. Włączenie mieszkańców obszaru LGD, zwłaszcza grup w niekorzystnej sytuacji do realizacji LSR – możliwości uzyskania dofinansowania do realizacji projektów.
3. Podniesienie jakości składanych i realizowanych operacji – poprawa efektywności inwestowania środków.

Potencjał społeczności lokalnej jest jednym z aspektów wartości dodanej. Systematyczne rozwijanie oraz tworzenie aktywnego uczestnictwa społeczności lokalnych w bieżącym wdrażaniu oraz kreowaniu LSR, może przyczynić się w znacznym stopniu do osiągnięcia założonych celów, a przez to do rozwoju całego obszaru. Głównym czynnikiem warunkującym skuteczne zaangażowanie społeczności lokalnej w realizację LSR jest obustronna komunikacja. Strategia ma charakter partycypacyjny, dlatego szeroko rozumiany udział mieszkańców z obszarów działań objętych LGD jest bardzo ważny zarówno podczas sporządzania dokumentu, ale również w trakcie jego wdrażania. Narzędzia służące do komunikacji między LGD a społecznością lokalną powinny w sposób łatwy i konkretny informować mieszkańców o działalności LGD, a także umożliwiać pozyskiwanie informacji zwrotnych od lokalnych społeczności.

Opis **działań komunikacyjnych i grup docelowych** oraz **środków przekazu**, w tym **działań podejmowanych w przypadku problemów z realizacją LSR**, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD itd.

Na podstawie analizy obszaru objętego działaniem LGD zdiagnozowano największe problemy obszaru oraz jego potencjały, co skutkowało również określeniem konkretnych grup społecznych, do których należy skierować zaplanowane działania. Na obszarze LGD wyróżniono cztery grupy docelowe:

- mieszkańcy obszaru LGD, ponieważ LSR realizuje cele służące zaspokajaniu potrzeb lokalnej społeczności;
- organizacje pozarządowe i ich członkowie, grupa która została wyróżniona ze względu na zdiagnozowany problem niskiej aktywności społecznej, realizacja zaplanowanych działań przyczyni się do integracji lokalnej społeczności i pobudzenia aktywności społecznej;
- dzieci, młodzież i osoby młode do 25 roku życia (w tym studenci), grupa wyróżniona ze względu na odpływ szczególnie młodych i wykształconych osób do większych aglomeracji miejskich oraz ich brak zaangażowania w sprawy lokalne, w tym pogłębiający się brak poczucia tożsamości lokalnej
- osoby powyżej 60. roku życia, grupa wyróżniona ze względu na to, iż obszar charakteryzuje się starzejącym się społeczeństwem, ponadto jak wskazano w LSR grupa ta wykazuje chęć integracji i aktywności, jednak liczba działań kierowana do nich jest niewystarczająca.
- Osoby z niepełnosprawnościami oraz ich opiekunowie, grupa wyróżniona jako osoby pozostające w niekorzystnej sytuacji ze względu na niewystarczającą ilość działań skierowaną do tej grupy.

Aby zaangażować w realizację LSR powyższe grupy docelowe oraz zwiększyć świadomość lokalnej społeczności na temat dostępnych środków finansowych, możliwości ich wykorzystania, a także korzyści płynących z realizacji celów LGD zaplanowała szereg działań partycypacyjnych przedstawionych w wieloletnim planie komunikacji. Zaplanowane działania oraz odpowiadające im środki przekazu zaplanowano tak aby móc dotrzeć do każdej grupy docelowej, poprzez:

Portale internetowe – strona internetowa LGD, strony podmiotów wchodzących w skład LGD, a także portale społecznościowe, na których LGD będzie na bieżąco informowało o m.in.: terminach naboru wniosków, planowanych konkursach, rodzajach i wysokości wsparcia projektów, itp. Wszystkie informacje udostępniane na portalach internetowych będą miały formę przejrzystą i zrozumiałą dla każdego potencjalnego beneficjenta.

Wydarzenia promocyjne, w tym m.in. konferencja otwierająca oraz kończąca realizację LSR oraz wszystkie działania mające charakter promocyjno-informacyjny, skierowane do szerokiej opinii społecznej; imprezy zewnętrzne. Podczas wydarzeń promocyjnych LGD będzie nie tylko informować lokalną społeczność o realizacji LSR oraz korzyściach z niej płynących, ale

również będzie promować region, lokalne produkty, a także przyczyni się do integracji społeczności.

Spotkania informacyjne, w tym szkolenia, spotkania przy naborze wniosków, a także konsultacje telefoniczne i mailowe itp. posłużą do przekazywania wiedzy i umiejętności na temat przygotowania i realizacji projektu. Dobre zastosowanie narzędzi szkoleniowych wymaga jasno określonych celów szkoleniowych oraz analizy potrzeb grupy docelowej. LGD będzie zapewniać beneficjentom, potencjalnym beneficjentom oraz partnerom społeczno-gospodarczym informacje, koniecznej do aplikowania i rozliczania projektów, w tym informacje dotyczących procesu i zasad aplikowania o środki, sposobu rozliczania projektów oraz wiedzy specjalistycznej dotyczącej np. pomocy publicznej. Wszystkie działania szkoleniowe będą oceniane pod względem, jakości dostarczanej informacji oraz sposobu przeprowadzenia spotkania, w formie analizy kwestionariuszowej pozwalającej na stworzenie raportu z każdego szkolenia.

Działania naprawcze, w tym ankiety i wywiady grupowe, które będą prowadzone w celu pozyskania opinii mieszkańców na temat realizacji LSR, funkcjonowania LGD oraz na temat wdrażanego Planu Komunikacji. Pozwoli to na zweryfikowanie i skorygowanie LSR, w tym Planu komunikacji, w związku z problemami z jej realizacją i / lub niskim poparciem społecznym dla realizowanych działań, w przypadku stwierdzenia zaistniałej sytuacji przez Zarząd.

Publikacje informacyjne, w tym elektroniczne (newsletter), w lokalnej prasie, na tablicach ogłoszeń, które są niezbędne do zapewnienia skuteczności działań informacyjno-promocyjnych. Wszystkie publikacje będą dostosowane do spójnego systemu wizualizacji zgodnego z programem. W ramach tego narzędzia LGD zapewni, co najmniej w wersji elektronicznej, publikację: wytycznych dla beneficjentów, wzorów wniosków, zasad realizacji i rozliczania projektów.

Wszystkie zaplanowane działania będą skierowane zarówno do grup docelowych, jak i beneficjentów oraz potencjalnych beneficjentów aplikujących o środki na realizację projektów. Działania szkoleniowe wobec beneficjentów i potencjalnych beneficjentów mają na celu: wzrost wiedzy beneficjentów i tym samym zwiększenie ilości oraz podniesienie, jakości składanych aplikacji, aktywizację potencjalnych beneficjentów, przekazanie specjalistycznej wiedzy koniecznej do realizacji projektów.

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

Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych zostały dostosowane do wybranych metod komunikacji w taki sposób aby móc monitorować ich skuteczność. Wśród wskaźników znalazły się liczba artykułów, liczba miejsc umieszczenia wydarzeń, które pozwolą na monitorowanie skuteczności działań informacyjnych o realizacji LSR. Wskaźnik liczba uczestników pozwoli monitorować zainteresowanie mieszkańców spotkaniami informacyjnymi. Liczba pobrań artykułów pozwoli ocenić zainteresowanie mieszkańców działaniami LGD.

Efektom działań komunikacyjnych będzie zwiększenie zaangażowania członków LGD oraz mieszkańców w życie obszaru. Ponadto działania komunikacyjne przyczynią się do zwiększenia zainteresowania realizacją projektów w partnerstwie oraz innowacyjnych, a tym samym na skuteczniejszą realizację przedsięwzięć oraz podniesienie innowacyjności obszaru. Działania komunikacyjne wpłyną również na jakość składanych wniosków przez Beneficjentów, co przełoży się na efektywniejsze wykorzystanie środków na wdrażanie LSR.

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

Zastosowane w planie komunikacji środki przekazu zostały wybrane w taki sposób, aby w pełni odpowiadać na najnowsze trendy informacyjne oraz oczekiwania grup odbiorców przypisanych do poszczególnych celów i działań komunikacji. Systematyczne prezentowanie aktualnych, atrakcyjnych oraz zrozumiałych i czytelnych komunikatów, pozwoli na utrzymywanie dotychczasowych odbiorców oraz pozyskiwanie nowych.

Monitorowanie efektywności planu komunikacji będzie odbywać się w sposób ciągły, a aktualne informacje na ten temat będą publikowane na stronie internetowej LGD. W planie komunikacji są przewidziane działania, które będą miały na celu pozyskanie informacji od przedstawicieli poszczególnych grup docelowych o funkcjonowaniu LGD oraz realizacji LSR. Informacje te będą zbierane w formie komunikacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem wprowadzenia ewentualnych korekt dotyczących np.

szkolenia osób udzielających pomocy w ramach działań LGD, dotyczących np. komunikacji interpersonalnej czy szkoleń związanych z udzielaniem pomocy w pisaniu wniosków aplikacyjnych. Przeprowadzona dokładna analiza pozwoli, zarządzającym procesem wdrażania LSR, na bieżąco obserwować poziom zgodności bieżących działań z celami określonymi w Strategii i ewentualnie podejmować decyzje o zmianach w sposobie działania lub jeśli będzie to konieczne, nawet przeprowadzać zmiany w LSR.

W przypadku problemów z realizacją LSR, działania informacyjne będą ukierunkowane na grupę docelową, tak aby dotrze do jak najszerszego grona odbiorców. Przede wszystkim publikowane będą informacje w mediach społecznościowych, na stronach internetowych gmin oraz podczas wydarzenia organizowanego przez LGD, a także na tablicach ogłoszeń w wersji papierowej w celu dotarcia do osób niekorzystających z komunikacji elektronicznej.

Indykatywny **budżet** przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem **głównych kategorii wydatków - przy założeniu minimalizacji wydatków na gadżety reklamowe oraz publikacji wymagających druku.**

Budżet 49 900,00 zł

Główne kategorie budżetu – organizacja wydarzeń informacyjnych na obszarze LGD, w tym artykuły w mediach,