



załącznik nr 7
do wniosku o wybór LSR

PLAN KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ

Plan komunikacji z lokalną społecznością na lata 2021-2027 jest dokumentem określającym reguły prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych przez Lokalną Grupę Działania Stowarzyszenie „Wielkopolska Wschodnia” (LGD) w odniesieniu do wszystkich funduszy EFSI finansujących Lokalną Strategię Rozwoju (LSR).

W procesie przygotowania Planu komunikacji uczestniczyli przedstawiciele wszystkich sektorów partnerskich LGD. Opis procesu tworzenia Planu został ujęty w rozdziale III. Partycypacyjny charakter LSR. W tworzeniu dokumentu wykorzystano również doświadczenia z okresu 2014-2020. Dobra komunikacja jest konieczna, aby sprawnie i dobrze wdrażać LSR.

1. Prezentacja głównych celów i przesłanek leżących u podstaw opracowania Planu komunikacji

Do głównych celów Planu komunikacji należą:

- stworzenie spójnego, przejrzystego, jednolitego i pozytywnego wizerunku LGD,
- wzrost wiedzy mieszkańców na temat założeń LSR,
- informowanie o stanie realizacji LSR, w tym stopniu osiągnięcia celów, wskaźników oraz informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia w ramach wdrażania LSR,
- uzyskanie informacji dot. oceny jakości doradztwa i działań promocyjno-informacyjnych świadczonych przez LGD,
- włączenie mieszkańców reprezentujących różne sektory i grupy interesów w proces wdrażania oraz monitoringu i ewaluacji LSR,
- szczególne uwzględnienie grup osób w niekorzystnej sytuacji – kobiet, osób niepełnosprawnych.

Stowarzyszenie „Wielkopolska Wschodnia” będzie na bieżąco informować potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060, z zasad komunikacji, zgodnie



z informacjami przekazanymi przez LGD oraz IZ, z księgi wizualizacji w zakresie PS WPR oraz z Księgi Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie.

2. 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.

- a) Zakładane działania komunikacyjne to: kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI; kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR; spotkania informacyjno-szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji; informowania na temat wniosków i sposobów realizacji i rozliczania projektów; kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków; badania satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz rozliczenie realizowanych operacji; kampania informacyjna nt. głównych efektów LSR.
- b) Udział społeczności lokalnych lub wyodrębnionych z niej poszczególnych grup adresatów-interesariuszy w procesie komunikacji będzie możliwie szeroki i co do zasady otwarty. Główną grupą docelową działań komunikacyjnych są potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci. Działania komunikacyjne są dobrane zgodnie z ich potrzebami i są wynikiem wniosków z konsultacji społecznych. Główną zasadą komunikacji jest przekazywanie w odpowiednim czasie, z odpowiednim wyprzedzeniem rzetelnej i wystarczającej informacji. W tabeli dla każdego z zaplanowanych działań komunikacyjnych wskazano zdefiniowanych adresatów działań.
- c) Środki przekazu, jakie zostaną użyte w ramach działań komunikacyjnych to: strona internetowa LGD, profil LGD na portalu społecznościowym Facebook, strony internetowe gmin członkowskich, mailing, media o zasięgu lokalnym, spotkania informacyjno-szkoleniowe, ankiety.

Planowane działania mają wzbudzić zainteresowanie oraz zachęcić potencjalnych wnioskodawców do aplikowania o środki, a tym samym wpływać na zwiększenie liczby zrealizowanych operacji. Celem działań komunikacyjnych jest zwiększenie zaangażowania społeczności lokalnej w działalność LGD oraz zwiększenie poparcia społecznego mieszkańców obszaru dla działań zrealizowanych przez LGD. Zapropozowany Plan komunikacji ma za zadanie zlikwidować dotychczasowe



niedostatki komunikacyjne, zagwarantować dwustronność przekazu oraz uzyskać informacje zwrotne od mieszkańców.

W przypadku stwierdzenia problemów z realizacją LSR lub niskim poparciem społecznym dla działalności LGD konieczne będzie wdrożenie środków zaradczych, m.in. przeprowadzenie badań ankietowych oraz przyjmowanie uwag bezpośrednio w Biurze LGD. Po zebraniu uwag LGD będzie zobowiązana do odniesienia się do nich, przygotowania propozycji zmian w LSR (o ile będzie to wynikało z zebranych uwag) oraz ponowne skonsultowanie ich ze społecznością lokalną za pośrednictwem strony internetowej LGD oraz profilu LGD na portalu społecznościowym.

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

Głównymi wskaźnikami służącymi do skwantyfikowania działań komunikacyjnych są:

- liczba artykułów opublikowanych na stronie internetowej LGD i gmin członkowskich,
- liczba artykułów opublikowanych na profilu LGD na portalu społecznościowym,
- liczba informacji umieszczonych w mediach o zasięgu lokalnym,
- liczba spotkań informacyjno-szkoleniowych,
- liczba podmiotów/osób, którym udzielono doradztwa,
- liczba ankiet rozdysponowanych i zebranych przez LGD wśród odbiorców usług LGD oraz wśród beneficjentów,
- liczba wysłanych wiadomości e-mail.

Głównymi efektami działań komunikacyjnych będzie przekazanie informacji oraz podniesienie wiedzy mieszkańców.

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

Efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu będzie analizowana corocznie za pomocą ankiety umieszczonej na stronie internetowej LGD. W przypadku stwierdzenia, że któreś z działań komunikacyjnych nie przynosi pożądanych efektów, przewiduje się zastosowanie działań naprawczych, polegających na modyfikacji nieefektywnych działań lub zastąpieniu ich nowymi.



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

Całkowity budżet prowadzonych działań komunikacyjnych został oszacowany na poziomie 7 497,00 EUR, w tym z poszczególnych funduszy: EFRROW – 4 135,00 EUR, EFRR – 1 422,00 EUR, EFS+ – 1 640,00 EUR.



Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet ze wskazaniem źródła finansowania (w EUR)	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
<p>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 oraz Księgą Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie</p>	<p>Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jsfp</p>	<p>- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuł zamieszczony na stronie LGD (ilość: 1 szt.), aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	<p>0,00</p>	<p>Monitoring oglądalności strony LGD</p>



Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet ze wskazaniem źródła finansowania (w EUR)	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)	Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacja pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji	<ul style="list-style-type: none"> - Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strony internetowe gmin członkowskich - Informacje na portalach społecznościowych – fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym 	<p><u>Wskaźnik:</u></p> <p>Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych (ilość: 24 szt.)</p> <p>Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 3 szt.)</p> <p>Wysyłanie informacji pocztą elektroniczną (ilość: 10 szt.)</p> <p><u>Efekt:</u></p> <p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR</p>	<p>1 400,00,</p> <p>w tym:</p> <p>907,00 – EFRROW,</p> <p>217,00 – EFRR,</p> <p>276,00 – EFS+</p>	Monitoring oglądalności strony LGD, ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD



Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet ze wskazaniem źródła finansowania (w EUR)	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
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	<u>Wskaźnik:</u> Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (ilość: 20 szt.), w tym minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wniosków <u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	3 997,00, w tym: 2 221,00 – EFRROW, 738,00 – EFRR, 738,00 – EFS+	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych



Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet ze wskazaniem źródła finansowania (w EUR)	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Beneficjenci oraz wnioskodawcy	- Doradztwo indywidualne/ szkolenia	<u>Wskaźnik:</u> Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie ewidencji udzielonego doradztwa (ilość:55 osób)/Liczba szkoleń (ilość: 4 szt.) <u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	0,00	Ewidencja udzielonego doradztwa/Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu



Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet ze wskazaniem źródła finansowania (w EUR)	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków	Potencjalni wnioskodawcy – w zależności od naboru	<ul style="list-style-type: none"> - Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strony internetowe gmin członkowskich - Informacje na portalach społecznościowych – fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym 	<p><u>Wskaźnik:</u></p> <p>Artykuły na stronach internetowych (ilość: 24 szt.)</p> <p>Informacje na portalach społecznościowych oraz mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 3 szt.)</p> <p>Wysyłanie informacji pocztą elektroniczną (ilość: 10 szt.)</p> <p><u>Efekt:</u></p> <p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji</p>	<p>1 350,00, w tym: 550,00 – EFRROW, 350,00 – EFRR, 450,00 – EFS+</p>	Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa



Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet ze wskazaniem źródła finansowania (w EUR)	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
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 beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji	- Ankieta wypełniana po doradztwie	<p><u>Wskaźnik:</u> Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów (ilość: 55 szt.)</p> <p><u>Efekt:</u> Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu. Np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych</p>	0,00	Badanie ankietowe



Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet ze wskazaniem źródła finansowania (w EUR)	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania	Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LS	Mieszkańcy obszaru LGD	<ul style="list-style-type: none"> - Informacje na oficjalnej stronie LGD - Mailing oraz strony internetowe gmin członkowskich - Informacje na portalu społecznościowym LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym 	<p><u>Wskaźnik:</u></p> <p>Artykuły na stronach internetowych (ilość: 16 szt.)</p> <p>Informacja na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 3 szt.)</p> <p>Wysłanie informacji pocztą elektroniczną (ilość: 10 szt.)</p> <p><u>Efekt:</u></p> <p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie</p>	<p>750,00, w tym: 457,00 – EFRROW, 117,00 – EFRR, 176,00 – EFS+</p>	Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów