

## Rozdział IX. Plan komunikacji

Do skutecznego i efektywnego wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju, które wymaga pełnego zaangażowania lokalnej społeczności, niezbędny jest odpowiednio przygotowany plan komunikacji, który określa zarówno główne cele działań komunikacyjnych, kanały komunikacji, narzędzia przekazu, jak i ostatecznych odbiorców komunikatu i adresatów działań. Plan Komunikacji Lokalnej Strategii Rozwoju określa całokształt działań informacyjno-promocyjnych, a jego głównym celem jest promowanie idei LSR, zwłaszcza wśród mieszkańców. Wspieranie realizacji celów określonych w LSR będzie odbywało się przez zachęcenie beneficjentów, potencjalnych beneficjentów oraz mieszkańców obszaru LGD do korzystania ze wsparcia dzięki dostarczaniu im informacji niezbędnych w procesie ubiegania się o środki, motywowanie projektodawców i edukowanie w obszarze właściwej realizacji projektów oraz upowszechnianie efektów wykorzystania Funduszy Europejskich na obszarze LGD.

Opis Planu Komunikacji LSR uwzględnia działania komunikacyjne i środki przekazu, które służyć będą:

- a) informowaniu społeczności lokalnej o działaniach LGD,
- b) edukowaniu potencjalnych beneficjentów w zakresie aplikowania o środki w ramach LSR,
- c) podnoszeniu wiedzy społeczności lokalnej w zakresie LSR,
- d) zwiększaniu udziału i zaangażowania społeczności lokalnej w działania LSR,
- e) doskonaleniu sposobów działania LGD.

Plan komunikacji powstał w wyniku równoległe podejmowanych działań konsultacyjnych ze społecznością lokalną, takich jak:

- a) ankieta elektroniczna na temat preferowanych sposobów informowania o działaniach oraz sposobach angażowania się we wdrażanie działań w ramach LSR,
- b) analiza informacji dostarczanych przez mieszkańców podczas konsultacji w jednostkach urbanistycznych za pomocą techniki World Cafe,
- c) wywiady z przedstawicielami instytucji zajmującymi się udzielaniem wsparcia dla grup defaworyzowanych,
- d) dyskusje w grupach roboczych,
- e) dyskusje podczas kawiarenek obywatelskich,
- f) rozmowy podczas Dyskusji Reprezentantów Grup.

Przeprowadzono także benchmarking działań komunikacyjnych prowadzonych w ramach innych analogicznie wdrażanych inicjatyw społecznych, a także analizę sposobów docierania do poszczególnych grup.

Nadrzędnym celem planu komunikacji jest zapewnienie aktualnej i przejrzystej informacji o LSR oraz promowanie LSR na obszarze działania LGD, a zwłaszcza rozpowszechnianie wśród potencjalnych beneficjentów informacji o możliwościach uzyskania wsparcia przewidzianego w Strategii. Prowadzone analizy i konsultacje pozwoliły także zidentyfikować podstawowe cele komunikacji LSR:

### 1. Zbudowanie pozytywnego wizerunku Lokalnej Grupy Działania i Lokalnej Strategii Rozwoju.

Cel ten jest istotny do budowania zaufania wśród społeczności lokalnej i ma przynieść spodziewane efekty w postaci: zwiększenia aktywności społeczności lokalnej do inicjowania i uczestniczenia w działaniach oferowanych w ramach LSR, a także do zwiększenia poziomu świadomości społeczności lokalnej odnośnie działań LGD. Realizacja tego celu stanowi fundament efektywnych działań komunikacyjnych i wdrożeniowych LSR.

### 2. Podniesienie wiedzy społeczności lokalnej, w tym członków i organów LGD w zakresie celów, przedsięwzięć i efektów LSR.

Osiągnięcie tego celu jest niezbędne do skutecznego realizowania operacji, zwiększenia poziomu wiedzy i świadomości dotyczących zagadnień objętych LSR i przyczynienie się do większej dynamiki aktywności społecznej. Świadomość istnienia danego zjawiska i zrozumienie jego procesu jest pierwszym krokiem do identyfikowania miejsc występowania i pojawiania się problemów oraz wczesnego reagowania na te problemy. Spodziewanym efektem tych działań będzie: zwiększenie liczby inicjatyw wnoszonych przez grupy/jednostki/organizacje oraz podniesienie umiejętności w zakresie opracowywania wniosków wpisujących się w LSR.

### 3. Zwiększenie partycypacji społeczności lokalnej w realizację LSR.

Większe zaangażowanie społeczności lokalnej w działania LSR to większy sukces całego LSR. Bez zaangażowania się, pomysłów, różnorodnych opinii, kreatywnego szukania i rozwiązania problemów przez społeczność lokalną trudno mówić o trwałej zmianie społecznej. Zwiększenie partycypacji społecznej jest konieczne do wzmocnienia idei inicjatyw

oddolnych. Spodziewanym efektem tych działań powinien być: wzrost liczby inicjatyw lokalnych, partnerskich, większe włączenie się mieszkańców w działania, a także szansa na wyłonienie lokalnych liderów.

4. Upowszechnienie informacji w zakresie składania wniosków o dofinansowanie w ramach LSR.

Jest to jeden z kluczowych celów planu komunikacji. Im większa liczba organizacji wie o możliwościach aplikowania, tym większe szanse na pojawienie się operacji o trwałych rezultatach. Bez realizacji tego celu nabór wniosków w ramach konkursu byłby utrudniony. Spodziewanym efektem tych działań będzie przede wszystkim zwiększenie ilości składanych wniosków.

5. Wsparcie potencjalnych wnioskodawców w aplikowaniu o środki w ramach LSR.

Wnioski składane w ramach LSR muszą być dobrze przemyślane i zaplanowane. Wiedza ta pozostanie w organizacjach i pozwoli im efektywniej działać przy pozyskiwaniu wsparcia. Efektem tego celu ma być zwiększenie liczby składanych wniosków, spełniających minimum punktowe i wpisujących się w LSR.

6. Zwiększenie poziomu włączenia grup defaworyzowanych w inicjatywy LSR.

Sukces działań w ramach LSR realizowanych przez LGD i przez wnioskodawców będzie zależał też od poziomu zaangażowania i włączania się grup defaworyzowanych. Cel ten jest niezbędny do pobudzenia w grupach defaworyzowanych potrzeby zmiany. Spodziewanym efektem będzie zwiększenie aktywności grup defaworyzowanych we wszystkich działaniach realizowanych w ramach LSR.

7. Udoskonalenie funkcjonowania LGD dzięki uzyskaniu informacji zwrotnej na temat działania od społeczności lokalnej.

Cel ten jest elementem autoewaluacji planu komunikacji i doskonalenia się struktur LGD. Na wielu etapach planu komunikacji i działań LSR będą gromadzone dane, m.in. ankietowe, pozwalające dokonywać korekt i aktualizacji w sposobach działania i realizacji planu komunikacji. Ma to na celu maksymalne dostosowanie planu do potrzeb. Spodziewanym efektem tych działań będzie doskonalenie procedur i działań LGD.

8. Wspieranie i aktywizacja społeczności lokalnej, w tym grup defaworyzowanych w zakresie podejmowania inicjatyw, samoorganizacji i aktywności obywatelskiej.

Osoby i organizacje, które zwiększą swoje zainteresowanie działaniami LGD, będą wymagały wsparcia w rozpoczęciu samoorganizacji, inicjowania pierwszych działań. Cel ten będzie realizowany zarówno za pomocą informacji, edukacji i animacji. Spodziewanym efektem będzie zwiększenie zainteresowania grup defaworyzowanych działaniami oraz zwiększenie inicjatyw przedkładanych przez te grupy i ich otoczenie.

Powyższe cele zostaną osiągnięte poprzez intensywne, różnorodne i długofalowe działania informacyjno-promocyjne, skierowane do mediów, ogółu społeczeństwa, dotychczasowych i potencjalnych beneficjentów, członków LGD oraz do określonych grup defaworyzowanych – uczestników projektów. Działania komunikacyjne będą prowadzone poprzez dobranie odpowiednich narzędzi komunikacji, stosownie do określonych grup docelowych. W wyborze kanałów informacji duży nacisk położono na bezpośrednie interakcje, pracę z potencjalnymi beneficjentami i grupami defaworyzowanymi w ich środowisku. Tę rolę spełniać będzie specjalista ds. animacji. Zaplanowano szeroki wachlarz działań komunikacyjnych, jak:

- **Kampanie promocyjno-informacyjne** – skierowane do mediów, całej społeczności lokalnej, dotychczasowych i potencjalnych beneficjentów, uczestników projektów. Celem będzie upowszechnianie wiedzy o LSR, jej założeniach, celach i planowanych przedsięwzięciach, typach operacji objętych wsparciem z budżetu LSR i efektach wdrażania strategii. Środki przekazu to m.in.: konferencja, informacje na stronach internetowych, artykuły w prasie lokalnej, reklama w radio i telewizji lokalnej, materiały informacyjno-promocyjne, kalendarz publiczny.
- **Działania informacyjno/doradczo/szkoleniowe** – adresowane do konkretnych beneficjentów, dotyczące głównie zasad aplikowania o dofinansowanie, informacji o naborach, zasad oceny i wyboru projektów oraz wsparcia merytorycznego. Realizowane będą poprzez bezpośrednie spotkania podczas dyżurów informacyjnych i szkoleń.
- **Działania animujące** – skierowane do wszystkich mieszkańców obszaru objętego LSR, instytucji, organizacji i podmiotów gospodarczych działających na obszarze LSR oraz beneficjentów i grup defaworyzowanych. Działanie realizowane będą m.in. poprzez media społecznościowe, spotkania networkingowe (narzędzie integracji, budowania wzajemnego zaufania między potencjalnymi partnerami, przekazywania informacji w sposób nieskrępowany), warsztaty i spotkania doradcze.
- **Badanie monitorujące** – adresowane do beneficjentów i członków LGD, podmiotów aplikujących i realizujących operacje w ramach LSR w celu poznania opinii dotyczącej jakości działania i pomocy

merytorycznej świadczonej przez LGD. Działanie realizowane będzie głównie poprzez ankiety online (ankiety/badania satysfakcji).

Zidentyfikowano kilka głównych grup docelowych prowadzonej komunikacji:

- a) wszyscy potencjalni beneficjenci (organizacje pozarządowe działające na rzecz grup defaworyzowanych na terenie LSR, instytucje publiczne udzielające wsparcia tym grupom oraz przedsiębiorcy działający na terenie LSR),
- b) społeczność lokalna,
- c) grupy defaworyzowane,
- d) otoczenie grup defaworyzowanych,
- e) członkowie i organy LGD.

Efekty działań komunikacyjnych:

- a) zwiększenie aktywności społeczności lokalnej do inicjowania działań w ramach LSR,
- b) zwiększenie aktywności społeczności lokalnej do uczestniczenia w działaniach inicjowanych w ramach LSR,
- c) zwiększenie poziomu świadomości społeczności lokalnej dot. działań LGD,
- d) podniesienie umiejętności w zakresie opracowywania wniosków o wsparcie wpisujących się w LSR,
- e) podniesienie wiedzy i świadomości członków i organów LGD w zakresie wdrażania LSR,
- f) wzrost liczby inicjatyw lokalnych, w tym partnerskich,
- g) większe włączenie się mieszkańców w działania organizacji zajmujących się aktywizacją społeczno-zawodową,
- h) wyłonienie liderów i animatorów lokalnych,
- i) zwiększenie ilości składanych wniosków o wsparcie,
- j) zwiększenie ilości składanych wniosków wpisujących się w LSR i spełniających minimum punktowe w kryteriach,
- k) zwiększenie aktywności grup defaworyzowanych w działaniach oferowanych przez LSR,
- l) udoskonalenie procedur i działań LGD,
- m) zwiększenie zainteresowania działaniami LGD ze strony grup defaworyzowanych i ich otoczenia,
- n) zwiększenie inicjatyw wychodzących ze strony grup defaworyzowanych i ich otoczenia.

#### **Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu**

Instytucje zaangażowane we wdrażanie LSR są zobligowane do cyklicznego prowadzenia badań ewaluacyjnych, oceny skuteczności prowadzonych działań oraz racjonalnego wykorzystania budżetu. Weryfikacja realizacji poszczególnych działań opierać się będzie na ocenie dokonywanej m.in. na podstawie wskaźników opisanych w planie komunikacji. Wyniki działań realizowanych w ramach Planu będą upublicznione za pomocą internetowych środków przekazu, takich jak: strony internetowe i portale społecznościowe.

W planie komunikacji przewidziane są działania mające na celu pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR. Dane będą zbierane w formie informacji zwrotnej na temat oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy czy w zakresie komunikacji interpersonalnej). Dodatkowe informacje o zasadach i efektach LSR, skierowane do potencjalnych wnioskodawców oraz mieszkańców, zbierane będą podczas działań informacyjnych. Pozyskane w ten sposób informacje zostaną wykorzystane do aktualizacji LSR, procedur oraz ewentualnej zmiany funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy biura. W sytuacji zaistnienia problemów z wdrażaniem LSR, a także potencjalnego pojawienia się sytuacji niesatysfakcjonującej daną społeczność, wdrożone zostaną środki zaradcze, takie jak: bezpośrednie kontakty przedstawicieli instytucji odpowiedzialnych za LSR z mieszkańcami, wzajemna kontrola instytucji zaangażowanych w LSR, szkolenia dla beneficjentów oraz formułowanie czytelnych i zrozumiałych komunikatów kierowanych do społeczności lokalnej.

Koordinacja działań w ramach planu komunikacji prowadzona będzie głównie przez pracownika zatrudnionego na stanowisku specjalista ds. animacji. Koszty związane ze wdrożeniem planu zostaną w całości pokryte ze środków przeznaczonych w LSR na koszty bieżące i aktywizację, których limit zgodnie z budżetem LSR wynosi 1 416 856,95 zł, w tym koszty bieżące 708 428,47zł, aktywizacja 708 428,48.