

*Załącznik nr 2 do Umowy o warunkach i sposobie realizacji
Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność
nr 00024.UM03.6572.10012.2023 z dnia 16.12.2024 r.*

*Załącznik nr 2 do Uchwały nr 3/I/III/2025
Zarządu Lokalnej Grupy Działania „Zapiecek” z dnia 13 marca 2025 r.*

Plan komunikacji z lokalną społecznością

Jednym z aspektów wartości dodanej jest potencjał społeczności lokalnych. Systematyczny rozwój i aktywny udział społeczności lokalnych w realizacji LSR znacząco przyczyni się do osiągnięcia postawionych celów. Głównym czynnikiem decydującym o efektywnym udziale społeczności lokalnych w realizacji LSR jest dwukierunkowa komunikacja. Strategia, ma charakter partycypacyjny, dlatego aktywny udział mieszkańców obszarów objętych LSR jest kluczowy zarówno na etapie przygotowania dokumentacji, jak i jej realizacji. Narzędzia wykorzystywane do komunikacji LGD ze społecznością lokalną informują mieszkańców w sposób prosty i konkretny o działaniach LGD „Zapiecek”. Pozwalają też zbierać informacje zwrotne od odbiorców.

Głównym celem Planu komunikacji w ramach wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju na lata 2023- 2027 jest:

- zapewnienie odpowiedniej informacji na temat zasad i kryteriów przyznawania wsparcia z budżetu LSR,
- motywowanie wnioskodawców,
- wspieranie edukacji w zakresie prawidłowej realizacji projektów
- wspieranie realizacji celów określonych w LSR poprzez zachęcanie potencjalnych beneficjentów i mieszkańców obszaru LGD „Zapiecek” do korzystania z Funduszy Europejskich
- upowszechnianie wiedzy o dotychczas zrealizowanych projektach/inicjatywach w ramach LSR.

Konkretne działania skierowane do lokalnej społeczności mogą wzmocnić zaangażowanie mieszkańców, zwiększyć liczbę realizowanych inwestycji oraz poprawić konkurencyjność i atrakcyjność obszaru LGD. Plan komunikacji obejmuje działania mające na celu zebranie informacji od przedstawicieli poszczególnych grup docelowych na temat funkcjonowania LGD i realizacji LSR. Informacje te będą zbierane w formie ankiet na temat oceny jakości wsparcia oferowanego przez LGD i ewentualnemu dostosowaniu działań do potrzeb odbiorców. Na tej podstawie mogą zostać podjęte decyzje dotyczące zmian w sposobie realizacji LSR..

Celem dotarcia do możliwie najszerzej liczby odbiorców oraz ich preferencji, wykorzystane zostaną różnorodne formy komunikacji i animacji, takie, jak m.in.:

- informacje na stronie LGD
- informacje na stronach internetowych samorządów z obszaru LGD
- informacje w social mediach,
- artykuły w prasie lokalnej,
- spotkania informacyjne na terenach wszystkich gmin obszaru LGD (dla wszystkich zainteresowanych)
- spotkania/szkolenia w biurze LGD
- świadczenie doradztwa w biurze LGD
- wsparcie lokalnych liderów w procesie informowania i animacji.

Indykatorywny budżet przeznaczony na realizację planu komunikacji to ok. 1% budżetu na wdrażanie LSR tj. ok. 17 500,00 euro.

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki		Badanie efektywności działań komunikacyjnych
2024-2027	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych celach, przedsięwzięciach, budżecie, harmonogramie oraz zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, w tym o kategoriach preferowanych operacji oraz grupach docelowych Animacja, komunikacja i informowanie o lokalnej społeczności o możliwości uzyskania wsparcia	Kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR	Mieszkańcy obszaru LSR, potencjalni wnioskodawcy, w tym: rolnicy, JSFP, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe w tym także przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji (osoby z niepełnosprawnościami ich opiekunowie, kobiety, rolnicy z małych gospodarstw), seniorzy i młodzież	Informacje na stronie internetowej LGD	Liczba opublikowanych informacji	min.6 informacji	Monitoring oglądalności strony
				Informacje w mediach społecznościowych LGD (Facebook)			Statystyki dotarcia Facebook Meta Business
				Doradztwo w biurze LGD	Ilość udzielonego doradztwa	min.20 osób/rok	Karta udzielonego doradztwa/rejestr doradztwa
				Spotkania w gminach	Liczba spotkań	min. 7 spotkań	Lista obecności
				Stoiska promocyjne podczas lokalnych imprez/wydarzeń	Liczba stoisk promocyjnych podczas lokalnych imprez/wydarzeń	min. 5 stoisk	Dokumentacja zdjęciowa

2024-2027	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców z obszaru LGD o ogłaszanych naborach, zasadach i kryteriach wyboru; wsparcie doradcze potencjalnych beneficjentów w zakresie przygotowania wniosku o przyznanie pomocy/wniosku o powierzenie grantu	Kampania informacyjno-szkoleniowa dotycząca naborów wniosków	Mieszkańcy obszaru LGD, potencjalni wnioskodawcy, w tym: osoby fizyczne, rolnicy, organizacje pozarządowe, JSFP, instytucje kultury, przedsiębiorcy, przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji	Ulotki informacyjne	Liczba wydanych ulotek	min. 1000 szt.	Ilość wydanych ulotek informacyjnych
				Artykuły w prasie lokalnej	Liczba opublikowanych artykułów	min.3 artykuły	Źródło danych - nakład gazet
				Informacje na stronie ww LGD	Liczba opublikowanych informacji	przed każdym naborem/konkursem	Monitoring oglądalności strony
				Informacje w mediach społecznościowych LGD (Facebook)	Liczba opublikowanych informacji	przed każdym naborem/konkursem	Statystyki dotarcia Facebook Meta Business
				Informacja na tablicach informacyjnych instytucji publicznych (UG, UM,PUP, KRUS)	Liczba informacji wysłanych e-mailem z prośbą o umieszczenie na tablicach informacyjnych w urzędach	10 wiadomości (UG – 7; UM – 1; PUP – 1; KRUS - 1)	Analiza liczby wysłanych wiadomości
				Doradztwo w biurze LGD	Liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa w trakcie trwania naborów/konkursów	min.30 osób/podmiotów	Karta udzielonego doradztwa/rejestr doradztwa
				Szkolenia/spotkania informacyjne	Liczba szkoleń/spotkań	min.6 szkoleń/spotkań	Lista obecności

2024-2027	Poinformowanie o planowanych konkursach/działaniach na rzecz osób zagrożonych wykluczeniem oraz grup w niekorzystnej sytuacji (osoby z niepełnosprawnościami i ich opiekunowie, kobiety, rolnicy z małych gospodarstw) Angażowanie grup osób w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR do korzystania ze wsparcia w ramach LSR	Kampania informacyjna	Mieszkańcy obszaru LGD, w tym osoby zagrożone wykluczeniem oraz będące w niekorzystnej sytuacji	Wysyłanie wiadomości e-mail do GOPS, MOPS, KRUS oraz organizacji zrzeszających osoby z niepełnośprawnościami	Liczba wysłanych informacji (przed konkursami dot. ww. grup)	10 wiadomości (GOPS – 7; MOPS – 1; KRUS - 1 Organizacja zrzeszająca osoby z niepełnosprawnościami – 1	Analiza liczby wysłanych wiadomości
				Spotkania w klubach/siedzibach seniorów/osób z niepełnosprawnością			
	Animowanie do działania w partnerstwach/dobre praktyki	Spotkania / wydarzenia dotyczące tworzenia sieci i powiązań, poszukiwania i kojarzenia partnerów; zachęcanie podmiotów z obszaru objętego LSR do współpracy z innymi podmiotami; do projektów w partnerstwie Promocja dobrych praktyk z zakresu	Mieszkańcy obszaru LGD, potencjalni wnioskodawcy, w tym: osoby fizyczne, rolnicy, organizacje pozarządowe, JSFP, instytucje kultury, przedsiębiorcy, przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji	Informacja na stronie internetowej LGD	Liczba opublikowanych informacji	1 informacja	Monitoring oglądalności strony
				Zorganizowanie wyjazdu studyjnego	Liczba uczestników wyjazdu	10 osób	Lista uczestników wyjazdu

		tworzenia i funkcjonowania zagród edukacyjnych i gospodarstw agroturystycznych		Spotkanie informacyjne - integrujące podmioty i osoby zainteresowane partnerstwem	Liczba spotkań	1 spotkanie	Lista obecności
	Animowanie do wdrażania innowacji w sektorze wypoczynku, rekreacji i turystyki	Kampania informacyjna dotycząca praktycznego stosowania rozwiązań innowacyjnych a także planowanych metod wdrożenia innowacji na obszarze LGD oraz Kampania informacyjna dotycząca praktycznego stosowania rozwiązań innowacyjnych oraz planowanych metod wdrożenia innowacji na obszarze LGD oraz promocja dobrych praktyk z zakresu wpływu innowacji na rozwój obszaru LGD	Mieszkańcy obszaru LGD, potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy i domownicy małych gospodarstw rolnych, osoby planujące podjęcie działalności gospodarczej, w tym także przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji (osoby z niepełnosprawnościami i ich opiekunowie, kobiety, rolnicy z małych gospodarstw), seniorzy i młodzież, przedsiębiorcy z sektora MŚP prowadzący działalność gospodarczą na obszarze LGD	Szkolenia	Liczba szkoleń	min. 1	Lista obecności
				Utworzenie zakładki na stronie internetowej LGD dedykowanej innowacjom	Liczba utworzonych załadek	1 zakładka	Monitoring oglądalności strony
				Zorganizowanie wyjazdu studyjnego dla przedstawicieli branży turystycznej do miejsc o bardziej rozwiniętej infrastrukturze turystycznej	Liczba uczestników wyjazdu	10 osób	Lista uczestników wyjazdu
				Konkurs na największą innowację obszaru LGD	Liczba zorganizowanych konkursów	1 konkurs	Liczba zgłoszonych projektów
2024-2027	Budowanie wizerunku LGD jako instytucji wspierającej	Kampania promocyjno-informacyjna związana z bieżącą	Mieszkańcy obszaru, organizacje pozarządowe, lokalni przedsiębiorcy, jednostki	Informacja na oficjalnej stronie LGD	Liczba informacji na stronie internetowej	min. 6 informacji/rok	Monitoring oglądalności strony

	rozwój lokalny; Promocja LGD, w tym informowanie o bieżącej działalności LGD	działalnością (m.in. publikacja zrealizowanych projektów; poinformowanie lokalnej społeczności o dostępności nowej infrastruktury oraz nowych usług)	sektora finansów publicznych	Informacje na portalach społecznościowych-fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym	Liczba wpisów	min.6 wpisów/rok	Statystyki dotarcia Facebook Meta Business
	Angażowanie członków LGD w działalność LGD oraz w proces wdrażania LSR	Komunikacja i współpraca wewnętrzna LGD	Członkowie LGD	Grupa/y w social mediach (Facebook)	Liczba założonych grup	1 założona grupa	Narzędzia Facebook
				Spotkania Zarządu, Rady, WZC/szkolenia/wyjazdy studyjne	Liczba spotkań/wydarzeń z udziałem członków LGD	Min. 3 spotkania/szkolenia/wyjazdy	Listy obecności, Dokumentacja zdjęciowa z wydarzeń
2024-2027	Monitorowanie jakości stosowanych metod komunikacyjnych i animacyjnych Dostosowanie właściwych środków komunikacyjnych do odpowiednich grup docelowych	Kampania medialna mająca na celu badanie satysfakcji odbiorców z metod dotarcia	Organizacje społeczne, JSFP, organizacje pozarządowe, instytucje kultury, przedsiębiorcy, osoby fizyczne zamierzające podjąć działalność gospodarczą, mieszkańcy obszaru i członkowie LGD, osoby w niekorzystnej sytuacji tj. osób z niepełnosprawnościami, kobiet, rolników z małych gospodarstw	Badania ankietowe	Liczba przeprowadzonych ankiet	min. 30 ankiet/rok	Rejestr otrzymanych ankiet

2024-2027	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności realizacji obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez Właściwe IŻ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Mieszkańcy obszaru LGD, potencjalni wnioskodawcy, w tym: osoby fizyczne, rolnicy, organizacje pozarządowe, JSFP, instytucje kultury, przedsiębiorcy, przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji	Informacje na stronie internetowej LGD	Liczba opublikowanych informacji	1 informacja	Monitoring oglądalności strony
				Informacje w mediach społecznościowych LGD	Liczba opublikowanych wpisów	1 wpis	statystyki dotarcia - Facebook Meta Business
2024-2027	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD pt. Jakości pomocy wiadczonej przez GD na etapie zgotowywania /OPP	Wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	Ankiety w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców	Liczba ankiet w wersji elektronicznej rozsyłane na adresy email wnioskodawców	Ankiety rozesłane do min. 80% wnioskodawców (zakończonych konkursów)	Zwrot ankiet na poziomie min. 30 %

Indykatywny budżet przeznaczony na realizację planu komunikacji to ok. 1% budżetu na wdrażanie LSR tj. ok. 17 500,00 euro