

## **Plan komunikacji na lata 2024 - 2029**

Aby komunikacja LGD z grupami docelowymi przebiegała w sposób ustrukturyzowany i skuteczny, LGD opracowała szczegółowy plan komunikacji ze społecznością lokalną na czas realizacji LSR. Podstawą tworzenia tego planu były doświadczenia zdobyte podczas poprzedniego okresu programowania, analiza efektywności i efektów wcześniej realizowanych działań komunikacyjnych, a także badań ankietowych. Podsumowano efekty dotychczasowych form komunikacji oraz zebrano informacje od mieszkańców na temat najczęściej śledzonych środków przekazu. W ramach pracy Grupy Roboczej szczególną uwagę poświęcono dopasowaniu odpowiedniego komunikatu do adresatów, gdyż tę kwestię w poprzednim okresie uznano za najbardziej problematyczną. W efekcie przeprowadzonych prac w planie komunikacji dostosowano narzędzia do poszczególnych grup docelowych, jak również wyznaczono cele i ustalono wskaźniki, jakie Grupa chce osiągnąć w zakresie komunikacji z mieszkańcami. Wybrane zostały odpowiednio dopasowane narzędzia i działania oraz sposoby monitorowania i reakcji na sytuacje kryzysowe w zakresie komunikacji. LGD jest przekonane, że zaplanowane działania skutecznie przyczynią się do sprawniejszej realizacji LSR na lata 2023 – 2027.

### **Cele.**

Główne cele określone w planie komunikacji wynikają z przeprowadzonej analizy potrzeb i problemów komunikacyjnych wśród społeczności lokalnej. W trakcie badań ankietowych i spotkań z mieszkańcami, przedstawicielami lokalnych podmiotów i instytucji oraz członkami LGD wskazano jakie kanały komunikacji są najbardziej pożądane, najskuteczniejsze i jakie sprawdziły się w poprzednim okresie finansowania. Przeprowadzona analiza wskazuje na kontynuację przyjętych wcześniej metod komunikacji oraz zintensyfikowanie komunikacji internetowej. Bazując na wnioskach z przeprowadzonej analizy (badania społeczne z mieszkańcami obszaru LGD, warsztaty i spotkania w ramach opracowywania LSR) w Planie Komunikacji wyznaczono 3 cele.

Podstawowym wyzwaniem w ramach LSR jest zaangażowanie jak największej liczby wnioskodawców i realizacja projektów najwyższej jakości. W tym celu niezbędny jest wyraźnie przygotowany plan komunikacji, w ramach którego również jasno określono konkretne cele. Poniżej przedstawiamy trzy główne cele w zakresie działań komunikacyjnych w realizacji LSR na lata 2023-2027. Realizacja wszystkich trzech celów pozwoli na skuteczną interwencję w zakresie najważniejszych wyzwań komunikacyjnych. Do realizacji ustalonych celów prowadzić będzie podejmowanie określonych działań i wykorzystywanie odpowiednich narzędzi komunikacji. Działania wyznaczono na podstawie analizy charakterystyki i potrzeb zdefiniowanych wśród kluczowych grup docelowych, zaś narzędzia zostały dobrane w sposób zapewniający nie tylko przekazywanie informacji od LGD ale również pozyskiwanie informacji zwrotnej od społeczności lokalnej co zapewni zasadę partycypacji społecznej (komunikacja dwukierunkowa).

Nadrzędnym założonym celem jest zwiększenie liczby oraz poprawa jakości projektów zgłaszanych do LGD w stosunku do liczby i jakości osiągniętych w ramach poprzedniego okresu

programowania. Nastąpi to poprzez zwiększenie działań promocyjnych z zakresu zasięgu informacji na temat ogłaszanych konkursów, zasad, kryteriów i oceny projektów składanych w ramach środków LGD. Dodatkowo, działania informacyjno-promocyjne będą kontynuowały promocję dobrych praktyk, promocji samej LGD i jej działań statutowych oraz stałego informowania społeczności lokalnej na temat postępów prac.

Cele:

1. Promowanie naborów prowadzonych przez LGD, ze szczególnym uwzględnieniem zasad przyznawania środków, kryteriów oceny projektów oraz celów strategii.

Uzasadnienie: badania wykazały iż wiele podmiotów z obszaru LGD z sukcesem ubiegała się o dofinansowania zewnętrzne i dalej planuje ubiegać się o wsparcie ze środków zewnętrznych w kolejnym okresie programowania. Uzyskane wsparcie będzie pozytywnie wpływać na aktywizację społeczności lokalnej, rozbudowę infrastruktury oraz promocje regionu i jego zwiększony wzrost gospodarczy. Badani wskazują również na potrzebę pomocy w kwestiach merytorycznych w zakresie pisania i rozliczania wniosków oraz potrzebę doradztwa i szkoleń związanych z dofinansowaniami.

2. Promocja stowarzyszenia oraz prowadzonych przez LGD działań statutowych również poprzez informowanie o dobrych praktykach oraz reprezentowanie projektów objętych dofinansowaniem ze środków LGD.

Uzasadnienie: badani mieszkańcy wskazali, iż stale występuje niedostatek informacyjny związany z działaniami prowadzonymi przez LGD Ślężanie. Szersza i bardziej skuteczna promocja działań podejmowanych i przewidzianych do podjęcia przez LGD przyczyni się do rozpoznawalności marki LGD oraz poszerzenia wiedzy z zakresu PROW.

3. Informowanie o postępach w realizacji LSR.

Uzasadnienie: analiza informacji wykazała, iż niezbędna jest kontynuacja działań informacyjnych o postępach w realizacji LSR. Podniesie to poziom świadomości wśród lokalnej społeczności w kwestiach wykonanej pracy przez LGD.

**Adresaci (grupy docelowe).**

Aby komunikacja w odpowiedniej formie docierała do grup, które LGD wskazało jako swoich odbiorców, wyszczególniono 9 grup docelowych komunikacji:

1. Osoby młode - osoby do 25 roku życia.
2. Osoby starsze – osoby po 60 roku życia.
3. Osoby z niepełnosprawnościami i ich opiekunowie, rodziny.
4. Społeczność lokalna - wszyscy mieszkańcy obszaru LGD.
5. Trzeci sektor społeczeństwa obywatelskiego - organizacje pozarządowe i podmioty ekonomii społecznej, stowarzyszenia, fundacje, związki stowarzyszeń.

6. Lokalni liderzy - sołtysi, członkowie rad sołeckich, grupy nieformalne, zrzeszenia, lokalni aktywiści.

7. Sektor publiczny - przedstawiciele sektora publicznego, w tym JST (pracownicy sektora publicznego, gmin, powiatów).

8. Sektor gospodarczy - w rozumieniu ustawy o swobodzie prowadzenia działalności gospodarczej, organizacje zrzeszające przedsiębiorców.

9. Członkowie Stowarzyszenia - wszyscy będący na liście członków LGD.

### **Działania komunikacyjne.**

W Planie Komunikacji zastosowano wybrane działania komunikacyjne i odpowiadające im środki przekazu. To powoduje, iż przekaz ma charakter powszechny, ale dociera też do grup szczególnie zainteresowanych realizacją LSR.

Plan komunikacji zakłada przeprowadzenie następujących działań komunikacyjnych odpowiadających trzem celom komunikacji i środkiem przekazu:

Działanie komunikacyjne	Środki przekazu	Cel 1	Cel 2	Cel 3
Komunikacja w oparciu o nowoczesne technologie przekazu.	Strona www, social media, newsletter, spotkania online, platformy komunikacyjne.	X	X	X
Rozpowszechnianie informacji na temat wdrażania LSR w przekazy bezpośrednim – spotkania informacyjne oraz publikacja LGD (ulotki).	Spotkania informacyjne zarówno w biurze jak i w terenie, cykliczne spotkania z liderami sołectw, wydanie ulotek informacyjnych.		X	X
Szkolenia zewnętrzne i doradztwo.	Środki wykorzystujące narzędzia internetowe, spotkanie szkoleniowe, spotkanie dotyczące doradztwa, plakaty informacyjne, prezentacja podczas spotkania, ankiety.	X	X	
Szkolenia wewnętrzne dla Rady.	Środki wykorzystujące narzędzia internetowe, spotkanie szkoleniowe, prezentacja podczas spotkania.	X		
Szkolenia wewnętrzne dla pracowników biura.	Środki wykorzystujące narzędzia internetowe, wybrane oferty szkoleń, karty zgłoszeń, plan szkolenia.	X		

## **Komunikacja z grupami w niekorzystnej sytuacji.**

LGD zdefiniowała grupy w niekorzystnej sytuacji jako: osoby młode (do 25 roku życia), osoby starsze (które ukończyły 60 rok życia) i osoby z niepełnosprawnościami oraz ich rodziny, zamieszkujące obszar obejmujący LSR.

Jak wynika z przeprowadzonych badań postępująca cyfryzacja życia społecznego oraz zmiany jakie zachodzą we współczesnym świecie, w pewien sposób wymuszają stosowanie środków przekazu elektronicznego przy równoległych działaniach przekazu bezpośredniego jako te najbardziej wiarygodne źródła przekazu informacji. Komunikacja dla wskazanych grup będzie dostosowana do ich potrzeb i oczekiwań, a środki przekazu dopasowane do ich preferencji. Osoby młode otrzymywać będą komunikaty poprzez sferę online i media społecznościowe, czyli m.in. portal Facebook, który ma już ugruntowaną pozycję i wiele osób obserwujących. Ponadto LGD Ślężanie już prowadzi 5 innych profili tematycznych dotyczących m.in. ochrony środowiska, produktu lokalnego czy działalności KGW. Możliwe będzie również prowadzenie kanałów informacji w innych mediach jak instagram, snapchat. Wygodny, szybki i łatwo dostępny sposób komunikacji to również strona internetowa oraz newsletter czy emailowe informowanie o najważniejszych wydarzeniach. Dzięki takim środkom przekazu informacje łatwiej dotrą do osób starszych i z niepełnosprawnościami, a dzięki bieżącej aktualizacji strony osoby te będą miały swobodny dostęp do informacji bez konieczności wychodzenia z domu. Informacja dla osób starszych oraz osób z niepełnosprawnościami zostanie zaś specjalnie przygotowana, by pokonać wszystkie techniczne bariery. Przeglądanie strony www zostanie dostosowane do potrzeb osób niedowidzących poprzez obecność np. specjalnego narzędzia pozwalającego na dostosowanie kontrastu, tła czy wielkości liter do wymagań osoby korzystającej. Plakaty i ulotki kolportowane przez LGD będą pisane czcionką odpowiednią do specyficznych potrzeb seniora czyli o wielkości łatwej do przeczytania. Materiały informacyjne znajdą swoje miejsce w przestrzeniach, gdzie seniorzy przebywają najczęściej, miejscach spotkań, stowarzyszeniach, klubach seniora, dostępne będą w dyspozycji softysów, na tablicach ogłoszeniowych gmin oraz parafii. Dla osób starszych, które wolą tradycyjne formy przekazu w formie drukowanej dostępna będzie ulotka informacyjna kolportowana w miejscach ich przebywania.

Dla zapewnienia jak najszerzej grupy odbiorców działań komunikacyjnych, LGD wprowadzi możliwość uczestnictwa w różnych spotkaniach w formie hybrydowej. Spotkania czy szkolenia odbywać się będą stacjonarnie, jednocześnie z możliwością uczestnictwa online. LGD zgodnie z potrzebami oferować będzie również szkolenie dla grantobiorców w formie szkolenia online wyłącznie, na platformach komunikacyjnych. Obok tradycyjnego, stacjonarnego doradztwa prowadzone będzie również doradztwo w formie online na platformach komunikacyjnych. Dzięki takiemu działaniu również osoby starsze czy osoby z niepełnosprawnościami bez wychodzenia z domu będą mogły czynnie uczestniczyć w spotkaniach organizowanych przez LGD. Środki komunikacji, którymi posługuje się człowiek, to narzędzia (media), ułatwiające wymianę informacji. Najważniejszą jednostką w komunikacji jest znak, który odbieramy zmysłami. W dobie szybko rozwijających się nowych mediów rośnie znaczenie znaków

graficznych, jak np. logo czy współczesny piktogram. Znak funkcjonuje w oparciu o naturalną, wykorzystywaną podświadomie i obecną w każdym z nas elementarną wiedzę, dlatego też będzie częstym medium wykorzystywanym przez LGD. Dzięki temu nasze komunikaty docierać będą np. do osób, których język polski nie jest pierwszym językiem lub osób z różnymi ograniczeniami. Aby zapewnić odpowiedni tło przekazu LGD organizować będzie również spotkania bezpośrednio w sołectwach. Jest to odpowiedź na fakt, iż w społecznościach wiejskich kontakty bezpośrednie są najbardziej tradycyjnymi i przez to wiarygodnymi źródłami przekazu informacji. LGD planuje cykliczne spotkania w sołectwach leżących na terenie objętym nową LSR. Spotkania bezpośrednio przyczyniają się do niwelowania potencjalnych barier typu wykluczenie cyfrowe grup czy osób. Dodatkowo są korzystną formą pozyskania informacji dla osób mających problemy z przemieszczaniem się na większe odległości, jak osoby opiekujące się osobami zależnymi, osoby niepełnosprawne, seniorzy, młodzież niepełnoletnia oraz dla osób niezamożnych, bez generowania dodatkowych kosztów dojazdu. Spotkanie w przyjaznym, znanym towarzystwie będzie bardziej zachęcające. Również dzięki udziałowi w spotkaniach uniwersytetów trzeciego wieku, Klubów Seniora, Rady Seniorów i innych stowarzyszeń skupiających seniorów lepiej dotrzemy do tej grupy osób. Bezpośrednie spotkania z osobami młodymi będą się też odbywać we współpracy np. ze szkołami poprzez uczestnictwo w lekcjach wychowawczych, posiedzeniach Młodzieżowych Rad Gmin, struktury ZHP, czy szkolnych wydarzeniach. Miejsca spotkań bezpośrednich będą dobierane tak, aby uwzględniały potrzeby osób z niepełnosprawnościami czyli obiekty parterowe, bez schodów, posiadające windę, szerokie przejścia czy odpowiednie sanitariaty.

### **Dwustronność komunikacji.**

Aby zapewnić jak największą ilość informacji zwrotnych od adresatów swoich działań komunikacyjnych LGD zwróci szczególną uwagę by zastosować możliwie jak największą ilość narzędzi zapewniających dwustronność komunikacji. Będą to między innymi:

- optymalizacja www w kierunku umożliwienia odbiorcom wysyłanie wiadomości, umieszczania komentarzy, dzięki którym biuro LGD będzie na bieżąco korespondowało z zainteresowanymi,
- komunikowanie za pomocą mediów społecznościowych, dzięki mechanizmom komentarzy i wiadomości,
- organizacja spotkań, szkoleń i sesji doradczych z mieszkańcami w różnych formach: stacjonarnej, online oraz hybrydowej, podczas których pracownicy i członkowie LGD będą mogli rozmawiać z odbiorcami oraz podsumowanie wszystkich spotkań ankietą satysfakcji.

Wnioski, opinie, postulaty, komentarze pochodzące od społeczności lokalnej dotyczące działalności LGD i wdrażania LSR w wyniku podjętych działań komunikacyjnych zostaną zachowane w formie:

- notatek z uwag przekazanych przy użyciu strony internetowej LGD i profilów w mediach społecznościowych,
- notatek pracowników biura z przeprowadzonych spotkań, szkoleń, dyżurów doradczych, etc.,
- raportów z analizy ankiet dotyczących satysfakcji uczestników spotkań, szkoleń, doradztwa, etc.

Dane zebrane w wyniku dwustronnej komunikacji będą przekazywane przez dyrektora biura w formie raportu członkom Zarządu oraz przewodniczącemu Komisji Rewizyjnej na bieżąco. W przypadku zaistnienia problemów w realizacji planu komunikacji, które mogą zagrozić realizacji LSR powołany zostanie specjalny zespół roboczy do rozwiązania zaistniałych problemów. Raporty będą też brane pod uwagę w ramach ewaluacji działań LGD.

### **Efekty i wskaźniki:**

Plan komunikacji wcielony w życie ma na celu realizację założonych celów, które zaś mierzone będą poprzez realizację założonych wskaźników.

Wskaźniki:

- liczba stron internetowych LGD: 1 strona przez cały okres programowania,
- aktualizacja informacji na stronie www LGD : minimum raz w miesiącu przez cały okres programowania,
- liczba profili na Facebook : 1 strona przez cały okres programowania + 5 stron tematycznych przez cały okres programowania,
- ilość wysłanych Newsletterów : przynajmniej raz w miesiącu przez cały okres programowania,
- ilość spotkań informacyjno-konsultacyjnych : min. 24 spotkania w ciągu całego okresu programowania, po 4 spotkania w każdym roku,
- liczba osób uczestniczących w spotkaniach informacyjno-konsultacyjnych : min. 360 osób łącznie we wszystkich spotkaniach w całym okresie programowania,
- 1 500 sztuk ulotki przez cały okres programowania, w dwóch pierwszych latach po 500 sztuk rocznie oraz w czwartym roku 500 sztuk,
- ilość szkoleń dla potencjalnych wnioskodawców : min. 10 szkoleń w całym okresie programowania, po 2 szkolenia w czterech pierwszych latach oraz po jednym szkoleniu w dwóch ostatnich latach,
- ilość osób przeszkolonych : min. 200 osób przeszkolonych w całym okresie programowania,
- ilość osób którym udzielono indywidualnego doradztwa: min. 80 osób w całym okresie programowania,
- ilość otrzymanych ankiet: min. 200 ankiet w całym okresie programowania,
- liczba osób, które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD - 60%, osiągnięte w całym okresie programowania,

- liczba osobodni szkoleń dla Rady: min. 60 i max. 90 osobodni w całym okresie programowania. W pierwszym roku przewidziano dwa szkolenia dla Rady, która liczy od 10 do 15 osób, a w następnych 4 latach okresu programowania po jednym szkoleniu w roku,
- liczba osobodni szkoleń dla pracowników LGD: 36 osobodni w całym okresie programowania.

### **Monitorowanie i analiza efektywności planu komunikacji.**

W ramach realizacji planu komunikacji zaplanowano działania z zakresu kontroli realizacji i efektywności. Działalność LGD zostanie upubliczniona co najmniej na stronie internetowej stowarzyszenia. LGD będzie przez cały okres programowania poprzez swoje działania chciała utrzymywać mobilizację społeczną, zachęcając do obecności na spotkaniach, do udziału w szkoleniach, korzystania z dogodnych dla odbiorców form komunikowania, zapraszać na spotkania indywidualne w biurze oraz online. Monitorowanie efektywności planu komunikacji przeprowadzane będzie na bieżąco przez pracowników biura LGD na podstawie posiadanych informacji (m.in. liczby wejść na stronę www, zasięgu mediów lokalnych, aktywności w social mediach, ilości samych spotkań oraz ilości osób na spotkaniach, ankiet). W sytuacji, gdy w ocenie LGD zagrożona będzie realizacja Planu Komunikacji, zarządzi ona spotkanie zespołu roboczego, na którym uzgodnione zostaną poprawki i plan naprawczy w celu zwiększenia efektywności działań komunikacyjnych.

Przykładowe działania naprawcze, które mogą zostać wdrożone na podstawie rekomendacji zespołu roboczego:

- zmiana narzędzi i środków przekazu (wykorzystanie nowych technologii, nowych możliwości i rozwiązań),
- zmiana budżetu w kierunku zwiększenia nakładu środków na komunikację.

W razie konieczności poprawy efektywności planu komunikacji, sugestie zespołu roboczego zostaną przedstawione członkom Zarządu, Komisji Rewizyjnej i pracownikom biura LGD, którzy będą mogli wnieść swoje uwagi i komentarze. Następnie projekt skorygowanego planu zostanie poddany konsultacjom w gronie członków LGD. Za zatwierdzenie zmienionego dokumentu będzie odpowiadał Zarząd LGD.

### **Orientacyjny budżet Planu Komunikacji.**

Zaplanowane działania komunikacyjne wymagają zabezpieczenia środków finansowych, które pozwolą na prawidłową ich realizację. Kalkulując przewidywany budżet LGD kierowało się racjonalnym podejściem do oszacowania kosztów w oparciu o dane historyczne, uwzględniając obecną sytuację gospodarczą kraju, dostępne środki oraz przyjęte narzędzia komunikacyjne. Przewidziano następujące kategorie wydatków: zakup usług jak np. wynajęcie sali, wynajęcie cateringu, usługa wydania publikacji, usługa transportowa, usługa szkoleniowa. Zakup

materiałów np. niezbędnych do przeprowadzenia szkolenia czy spotkań aktywizacyjnych. LGD przyjmuje budżet Planu Komunikacji na cały okres programowania w wysokości łącznej 25 700,00 euro. Tabela poniżej przedstawia podział budżetu planu komunikacji na lata i działania komunikacyjne.

W tabeli występują następujące skróty dotyczące poszczególnych działań komunikacyjnych:  
 A - spotkania informacyjne oraz szkolenia i doradztwo, B – współpraca i aktywizacja, C – publikacja LGD.

Działanie komunikacyjne	Wysokość środków w poszczególnych latach (euro)						
	2024	2025	2026	2027	2028	2029	Razem
A	1 800,00	2 900,00	2 900,00	2 900,00	1 000,00	600,00	12 100,00
B	1 800,00	2 900,00	2 900,00	2 900,00	1 000,00	600,00	12 100,00
C	500,00	500,00	0	500,00	0	0	1 500,00
Razem	4 100,00	6 300,00	5 800,00	6 300,00	2 000,00	1 200,00	
Całkowity budżet Planu Komunikacji							25 700,00