

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

Główne cele:

- 1. Partycypacyjne i inkluzywne wdrażanie lokalnej strategii rozwoju: oddolność, zintegrowanie, partnerstwo, innowacyjność, sieciowanie wdrażanego LSR**
- 2. Maksymalizacja efektów realizacji LSR**

Wiąże się to z działaniem na rzecz aktywizacji społeczności, upowszechniania postaw przedsiębiorczych, umożliwiania partycypacji publicznej w procesie zarządzania wdrażaniem LSR, dążeniu do realizacji jak największej liczby operacji partnerskich i innowacyjnych. Zaplanowano działania komunikacyjne związane z każdym z tych zamierzeń. Dodatkowo w planie komunikacji przewidziano sposoby informowania społeczności lokalnej o efektach realizacji LSR.

Cele szczegółowe:

Cel: Wzmacnianie partnerstwa i współpracy

Cel: Kompleksowa obsługa projektów

Cel: Partycypacyjny oraz inkluzywny charakter wdrażania LSR

Cel: Wsparcie grup w niekorzystnej sytuacji

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.

Dobór środków przekazu dla poszczególnych grup docelowych poparty został wynikami badań ewaluacyjnych podsumowujących realizację LSR w okresie programowania UE 2014-2020. To szczególnie istotne w przypadku osób w niekorzystnej sytuacji – kobiety.

Cel: Wzmacnianie partnerstwa i współpracy

Grupy docelowe: mieszkańcy, lokalni przedsiębiorcy oraz osoby fizyczne, lokalne organizacje pozarządowe, osoby po 60 roku życia, osoby młode do 25 roku życia, jednostki samorządu terytorialnego, rolnicy i ich rodziny, kobiety.

Środek przekazu: spotkania integracyjne mające na celu wypracowanie wspólnych projektów wewnątrz obszaru objętego LSR, nawiązywanie współpracy z innymi LGD w celu łączenia grup z naszego obszaru z grupami z innych obszarów w realizacji wspólnych przedsięwzięć, udział w zrzeczeniach LGD – krajowych jak i wojewódzkich

Cel: Kompleksowa obsługa projektów

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

informacja o możliwości aplikowania o środki finansowe, szkolenia, doradztwo – informacja o możliwości wnioskowania o środki finansowe. Szczególne starania zostaną dołożone by poinformować potencjalnych beneficjentów o zawartej w LSR definicji innowacyjności

Grupy docelowe: mieszkańcy, lokalni przedsiębiorcy oraz osoby fizyczne, lokalne organizacje pozarządowe, osoby po 60 roku życia, osoby młode do 25 roku życia, jednostki samorządu terytorialnego, rolnicy i ich rodziny, kobiety.

Środek przekazu: kampania promocyjna na fb, www, www. Gmin, ogłoszenia w prasie, ogłoszenia i plakaty, szkolenia, doradztwo, obsługa wnioskodawców, wysyłanie wiadomości email.

Cel: Partycypacyjny oraz inkluzywny charakter wdrażania LSR

Chodzi tu nie tylko o informowanie mieszkańców obszaru o podejmowanych działaniach, ale również o włączenie ich w zarządzanie wdrażaniem LSR poprzez proces ewaluacji i możliwość zgłaszania pomysłów na nowe działania. W przypadku wystąpienia problemów w realizacji LSR możliwe będzie skorygowanie podejmowanych działań. Szczególną rolę będą tu odgrywać coroczne warsztaty refleksyjne w czasie których przedstawiciele społeczności będą mogli formułowanie rekomendacje odnośnie do zmian. Organem LGD odpowiedzialnym za ich wdrożenie jest Zarząd.

Grupy docelowe: mieszkańcy, lokalni przedsiębiorcy oraz osoby fizyczne, lokalne organizacje pozarządowe, osoby po 60 roku życia, osoby młode do 25 roku życia, jednostki samorządu terytorialnego, rolnicy i ich rodziny, kobiety,

Środek przekazu: warsztaty refleksyjne, ankiety, fiszki, monitoring, ewaluacja, konsultacje społeczne, coroczny raport z monitoringu i postępów we wdrażaniu LSR wraz z konsultacją społeczną, integracja.

Cel: Wsparcie grup w niekorzystnej sytuacji

Grupa docelowa: osoby w niekorzystnej sytuacji – kobiety.

Środek przekazu: warsztaty refleksyjne, monitoring, ewaluacja, szkolenia, spotkania.

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

1. Ilość stron www ze stałą zakładką kompleksowo informującą o dofinansowaniach oraz działaniach LGD: 1 strona www

Na stronie: Umożliwienie zgłaszania uwag do celowości i zakresu działań LGD oraz konsultacji, komunikacji ze społeczeństwem i monitorowania: pomysłów na projekty własne lub grantowe, pomysłów na lepsze wdrażanie LSR, propozycji zmian w LSR.

Strona o której mowa powyżej będzie promowana, upowszechniana oraz pozycjonowana po to by stała się swoistą platformą nie tylko informacyjną ale również wymiany informacji i otrzymywania informacji zwrotnych od społeczeństwa.

2. Ilość miejsc świadczących doradztwo: 1 biuro świadczące doradztwo w czasie zgodnym z regulaminem

(otwarte od poniedziałku do środy w godzinach od 10 do 15)

Stałe jasne godziny urzędowania, oraz centralny dostęp do biura gwarantują zabezpieczenie spraw wnioskodawców (stała pomoc) oraz wymianę informacji

3. Ilość warsztatów refleksyjnych: minimum 4

Pierwsze warsztaty zostaną zorganizowane w 2024 roku na początku okresu programowania po to by zebrać jak najwięcej pomysłów dotyczących nowego okresu, jak również żeby rozpocząć prace na wspólnymi projektami, pomysłami na granty czy inne inicjatywy. Pierwsze spotkanie również ma na celu kompleksowe zapoznanie z założeniami nowego okresu programowania oraz z założeniami nowego LSR, jak również dają możliwość do wprowadzenia pierwszych zmian czy przemyśleń.

Kolejne warsztaty w 2025 i 2026 roku służą przedstawieniu dotychczasowych efektów, redefiniowaniu założeń, wprowadzaniu ulepszeń

Warsztat w 2027 ma być bardzo ważnym warsztatem ukazującym co zostało zrobione i weryfikującym kierunki i działania – jest to ostatni czas w którym mogą zostać przeprowadzone konkretne zmiany we wdrażaniu LSR mające na celu skuteczną realizację strategii

4. Ilość spotkań integrujących: 2 sztuki

Spotkania na które zostaną zaproszeni przedstawiciele wszystkich trzech sektorów po to by wyłonić ciekawe pomysły na wspólne projekty, nawiązać i zacieśnić współpracę wewnętrzną, wymienić się informacjami o potencjalnych zasobach i możliwości wzajemnego ubogacania się.

5. Ilość szkoleń: 6

Szkolenia mające na celu edukację w zakresie opracowania, realizacji oraz rozliczania wniosków o dofinansowanie składanych w LGD

Informowanie o możliwościach pozyskiwania środków finansowych z innych źródeł i funduszy- wstępne informacje dotyczące innych programów, miejsc gdzie można uzyskać pomoc i doradztwo oraz szkice zasad i założeń

6. Ilość powiadomionych osób/instytucji o nowym okresie programowania oraz dofinansowaniach: 300 osób

Rozpowszechnienie informacji o nowym okresie programowania, założeniach LSR, planach spotkań, planie komunikacyjnym.

Działanie ma na celu rozpowszechnienie informacji o wdrażanym LSR wśród jak największej ilości osób

7. Ilość raportów monitorujących: 5 sztuk

Raporty mają na celu ewaluację oraz korygowanie działań LGD oraz procesu wdrażania LSR

8. Ilość przygotowanych projektów w partnerstwie z minimum 3 podmiotami: 3 projekty

Wspólne projekty mają na celu wzmacnianie organizacji z obszaru działania LGD, zacieśnianie więzi.

9. Ilość spotkań doradczych dla beneficjentów: 40 szt

Mają na celu kompleksową obsługę wnioskodawców, wzrost jakości i poprawności składanych wniosków, poprawa realizacji projektów, poprawne rozliczanie projektów

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

W planie komunikacji uwzględniono działania prewencyjne, które mają minimalizować ryzyko niedostatecznego zaangażowania społeczności w realizację LSR i braku jej poparcia dla tego procesu: po pierwsze odbywać się to będzie przez coroczny monitoring stanu realizacji wskaźników, zadowolenia społeczeństwa oraz informacji zwrotnych

Opracowanie kamieni milowych dla wskaźników, monitoring realizacji, ewaluacja ,
Kamienie milowe do badania na koniec każdego roku:

- biuro czynne w dniach poniedziałek, wtorek, środa od godziny 10 do 15 (z wyłączeniem świąt i dni wolnych od pracy, w przypadku nie możliwości realizacji – ogłoszenie minimum na stronie www.partnerstwonajurze.pl minimum na 1 dzień przed planowanym zamknięciem oraz wyznaczenie innego dnia w takiej samej ilości godzin) świadczące usługi doradztwa, pomocy beneficjentom, zbierania informacji zwrotnych
- działająca strona internetowa ze stałymi zakładkami dotyczącymi: dofinansowań, planu komunikacji, dokumentami strategicznymi
- raport monitorujący ogłoszony na warsztatach refleksyjnych
- raport z roku poprzedniego dotyczący partycypacji i komunikacji ze społeczeństwem organizacjami i jst:
- +jeśli został zmieniany LSR uwzględnienie procedury partycypacji
- +informację z procesu zgłaszania inicjatyw i pomysłów przez stronę www

Pozostałe wskaźniki oraz data osiągnięcia:

Do końca 2024

- warsztat refleksyjny
- 300 osób instytucji/powiadomionych o nowym okresie programowania oraz możliwości i zasadach składania wniosków o dofinansowanie, o założeniach nowego LSR, możliwości zgłaszania uwag, wraz z wystaniem planu komunikacji
- minimum 10 szt udzielonego doradztwa

Do końca 2025

- 3 szkolenia dla beneficjentów
- 1 warsztat refleksyjny
- 1 spotkanie integrujące
- łącznie minimum 20 sztuk udzielonego doradztwa

Do końca 2026:

-

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

- 1 Warsztat refleksyjny
- 1 spotkanie integrujące
- łącznie minimum 30 sztuk udzielonego doradztwa

Do końca 2027

- 3 szkolenia dla beneficjentów
- warsztat refleksyjny
- 3 złożone projekty z 3 partnerami
- 1 spotkanie integrujące
- łącznie minimum 40 sztuk udzielonego doradztwa

Do końca 2029:

- raport ex-post

Do 20 lutego zostanie sporządzony raport monitorujący i przedstawiony na warsztatach refleksyjnych zaproszonej społeczności lokalnej. W przypadku braku osiągnięcia jakiegoś wskaźnika analiza oraz wyprowadzenie działań korygująco – naprawczych na ww. warsztacie.

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

24 000,00 EUR w tym: 10 000,00 EUR EFRROW, 7 000,00 EUR EFRR, 7 000,00 EFS+

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

Termin rok	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego – grupa docelowa	Środki przekazu	Planowane do osiągnięcia wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego	Planowane efekty działania komunikacyjnego	Planowany budżet działania komunikacyjnego ze wskazaniem głównych kategorii wydatków oraz źródła finansowania (fundusz: EFRROW, EFRR, EFS+).
2024-2027	Cel: Wzmacnianie partnerstwa i współpracy	Motywowanie do wspólnego działania na rzecz rozwoju obszaru	mieszkańcy, lokalni przedsiębiorcy oraz osoby fizyczne, lokalne organizacje pozarządowe, osoby po 60 roku życia, osoby młode do 25 roku życia, jednostki samorządu terytorialnego, rolnicy i ich rodziny, kobiety	Plakaty, mailing, informacje i zaproszenia telefoniczne, spotkania, informacje na stronie www	3 wspólnie przygotowane projekty 2 plakaty 300 maili 1 oświadczenie dot. rozmów telefonicznych 2 spotkania integracyjne 2 informacje na stronie www	Integracja, nawiązywanie partnerstw i współpracy.	5 000,00 EURO (w tym fundusz: EFRROW, EFRR, EFS+) w szczególności organizacja spotkań, wynajem sali, sprzętu, opłata za przejazd, pobyt uczestników, catering, koszty wykładowców/koordynatorów, koszty organizacyjne.
2024-2029	Cel: kompleksowa obsługa projektów	Zintensyfikowana kampania informacyjna dotycząca LSR, kierunków wspólnych działań, dofinansowań Edukacja w zakresie pisania wniosków o dofinansowanie w tym edukacja o możliwości pozyskania	mieszkańcy, lokalni przedsiębiorcy oraz osoby fizyczne, lokalne organizacje pozarządowe, osoby po 60 roku życia, osoby młode do 25 roku życia, jednostki samorządu terytorialnego, rolnicy i ich rodziny, kobiety	Mailing, stała zakładka na stronie www, plakaty, informacje telefoniczne	40 usług doradztwa 6 szkoleń Wysłanie informacji do beneficjentów: 300 osób powiadomionych 1 działające biuro LGD	Prawidłowe wdrażanie LSR	12 000,00 EURO (w tym fundusz: EFRROW, EFRR, EFS+) w szczególności szkolenia (wykładowcy, wynajem sali, catering, koordynacja)

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

		środków poza LSR					
2024-2029	Cel: partycypacyjny oraz inkluzywny charakter wdrażania LSR	Konsultowanie zmian w LSR Ewaluacja i monitoring LSR Zgłaszanie inicjatyw przez reprezentantów 3 sektorów Oraz informowanie społeczeństwa o w/w pomysłach i inicjatywach, wspólna analiza Zachęcanie do aktywności, zwiększenie zaangażowania we wdrażanie LSR	mieszkańcy, lokalni przedsiębiorcy oraz osoby fizyczne, lokalne organizacje pozarządowe, osoby po 60 roku życia, osoby młode do 25 roku życia, jednostki samorządu terytorialnego, rolnicy i ich rodziny, kobiety	Mailing, plakaty, informacje telefoniczne, spotkania, warsztaty, ankiety, fiszki, monitoring, ewaluacja, publiczne konsultacje LSR Rejestr zgłaszanych inicjatyw i wniosków	Raporty monitoringu co roku Ankiety i fiszki-wypełnionych 200 sztuk Platforma wymiany informacji Warsztaty refleksyjne: 4 sztuki Spotkania integracyjne: 2 sztuki Wysłanie informacji do beneficjentów: 300 osób powiadomionych	Prawidłowe wdrażanie LSR	3 000,00 EURO (w tym fundusz: EFRROW, EFRR, EFS+) w szczególności ewaluacja, monitoring (wraz z ankietami, fiszkami, badaniami, spotkaniami), wynajem firm badawczych, koszty moderatorów/koordynatorów, koszty ankietów, koszty materiałów, koszty spotkań ze społeczeństwem, koszty organizacyjne w tym wynajem Sali, sprzętu, catering itp.
2024-2028	Cel: wsparcie grup w niekorzystnej sytuacji	Wsparcie grup w niekorzystnej sytuacji: Kobiety	osoby w niekorzystnej sytuacji w tym w szczególności: kobiety	warsztaty refleksyjne, monitoring, ewaluacja, szkolenia, spotkania	Raporty monitoringu co roku Warsztaty refleksyjne: 4 Szkolenia: 1 Spotkanie: 1	Skuteczne wsparcie grup w niekorzystnej sytuacji	4 000,00 EURO (w tym fundusz: EFRROW, EFRR, EFS+) w szczególności Organizacja spotkań (refleksyjnych, szkoleniowych, edukacyjnych, integracyjnych), wynajem sal, sprzętu, opłata za przejazd, pobyt uczestników, catering, koszty wykładowców/koordynatorów, koszty organizacyjne.

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

--	--	--	--	--	--	--	--