

## **PLAN KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ STOWARZYSZENIA „OSTRZESZOWSKA LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA”**

Plan komunikacji z lokalną społecznością na lata 2023-2027 Stowarzyszenia „Ostrzeszowska Lokalna Grupa Działania” obejmuje działania komunikacyjne dotyczące wszystkich EFSI finansujących LSR. Dokument ten precyzuje działania informacyjno-promocyjne podejmowane przez OLGD. Dzięki jego realizacji zostanie rozwinięty potencjał społeczności lokalnej podczas wdrażania LSR oraz skuteczna (obustronna) komunikacja między OLGD, a mieszkańcami obszaru.

### **1. Prezentacja głównych celów i przesłanek leżących u podstaw opracowania planu komunikacji**

Określając główne cele działań komunikacyjnych wzięto pod uwagę informacje zawarte w przeprowadzonej ewaluacji zewnętrznej oraz ankietach od osób, które korzystały z działań komunikacyjnych w perspektywie PROW 2014-2020. Wszystkie podejmowane działania były oceniane w sposób pozytywny dlatego w celu utrzymania tego trendu zdecydowano się na następujące cele Planu Komunikacji:

- zachowanie rozpoznawalności Stowarzyszenia OLGD,
- dostępność informacji dot. wdrażania LSR na obszarze OLGD
- przejrzystość informacji na temat możliwości pozyskiwania dofinansowania (terminy naborów, kryteria, procedury)
- informowanie o stanie wdrażania LSR
- pozyskiwanie informacji na temat opinii o przeprowadzonych działaniach komunikacyjnych

Planuje się w ramach podejmowanych działań, aby na bieżąco informować o stanie realizacji LSR, w tym o stopniu osiągania celów i wskaźników, czy też bieżące przekazywanie potencjalnym wnioskodawcą (przed planowanymi naborami) informacji o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, w tym np. o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR. Działania te będą mieć wpływ na zwiększenie zaangażowania mieszkańców obszaru OLGD.

### **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; informowanie na temat warunków 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) Stowarzyszenie OLGD nie planuje wprowadzić, żadnych ograniczeń w korzystaniu z działań komunikacyjnych, działania komunikacyjne przeznaczone są dla wszystkich mieszkańców obszaru, dlatego dostęp do działań jest bardzo szeroki i otwarty dla wszystkich zainteresowanych osób lub instytucji. W tabeli poniżej wyszczególniono adresatów działań komunikacyjnych.
- c) Środki przekazu w ramach planowanych działań komunikacyjnych to: strona internetowa Stowarzyszenia OLGD, profil na portalu społecznościowym OLGD (Facebook), strony internetowe gmin członkowskich, mailing, media o zasięgu lokalnym, ankiety. Dokładna informacja przypisanych środków przekazu do konkretnych działań znajduje się w tabeli poniżej. Wszystkie zaplanowane środki pozwolą na przekazanie informacji o podejmowanych działaniach dużej ilości osób co z pewnością będzie mieć wpływ na pogłębienie wiedzy wśród mieszkańców.

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

Zakładane wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych to:

- artykuły na stronie internetowej LGD i gmin członkowskich,
- artykuły na profilu LGD na portalu społecznościowym,
- informacje w mediach o zasięgu lokalnym,
- liczba spotkań informacyjno-szkoleniowych,
- liczba osób, którym udzielono doradztwa,
- liczba ankiet,
- liczba wysłanych wiadomości e-mail.

Zakładane koszty zostały określone w tabeli poniżej.

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

Stowarzyszenie OLGD planuje za pomocą ankiety umieszczonej na stronie internetowej badać racjonalność oraz skuteczność stosowanych środków przekazu i planowanych działań komunikacyjnych pod kątem osiągnięcia planowanych efektów, a także racjonalnego wykorzystania budżetu planu komunikacji. Na podstawie jej wyników zostanie przygotowany program naprawczy w sytuacji, braku pożądanego efektów.

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

Zakłada się, że budżet prowadzonych działań komunikacyjnych będzie wynosił 10 000,00 euro, w tym z poszczególnych funduszy: EFRROW – 8000,00 euro, EFRR – 850,00 euro, EFS+ – 1150,00 euro. Nie zakłada się wydatków na gadżety reklamowe i publikacje wymagające druku.

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	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
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	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jsfp	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuł zamieszczony na stronie LGD (ilość:1), aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	<b>0,00 euro</b>	Monitoring oglądalności strony LGD
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, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także przedstawiciele	<p>- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD</p> <p>- Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich</p> <p>- Informacje na portalach społecznościowych - fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym</p> <p><i>*rekomenduje się aby LGD</i></p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych (ilość:9)</p> <p>Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość:1)</p>	<b>100,00 euro</b>	Monitoring oglądalności strony LGD, ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD

		grup osób w niekorzystnej sytuacji	<i>korzystała z minimum 2 środków przekazu, z czego 1 nie będzie stroną internetową administrowaną przez LGD. Celem działania ma być dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców.</i>	Efekt: Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR		
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:10), w tym minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wniosków  <u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	<b>3750,00 euro</b>	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych
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 kart/ewidencji- udzielonego doradztwa <b>50/</b> <del>Liczba szkoleń</del>  <u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy mieszkańców nt.	<b>3750,00 euro</b>	Karta / ewidencja udzielonego doradztwa/ Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu

				warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów		
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków	Potencjalni wnioskodawcy – w zależności od naboru	-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich -Informacje na portalach społecznościowych – fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym  <i>*rekomenduje się aby LGD korzystała z minimum 2 środków przekazu, z czego 1 nie będzie stroną internetową administrowaną przez LGD. Celem działania ma być dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców</i>	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (ilość: <b>80</b> )  Informacje na portalach społecznościowych oraz mediach o zasięgu lokalnym (ilość: <b>22</b> )  <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	<b>2200,00 euro</b>	Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa
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	Wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji	- Ankieta wypełniana po doradztwie	<u>Wskaźnik:</u> Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów (ilość: <b>50</b> )  <u>Efekt:</u> Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia	<b>0,00 euro</b>	Badanie ankietowe

	działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji			umiejętności komunikacyjnych		
Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania	Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	<p>-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD</p> <p>-Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich</p> <p>- Informacje na portalu społecznościowym LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym</p> <p><i>*rekomenduje się aby LGD korzystała z minimum 2 środków przekazu, z czego 1 nie będzie stroną internetową administrowaną przez LGD. Celem działania ma być dotarcie do jak najszerszego grona odbiorców.</i></p>	<p><u>Wskaźnik:</u></p> <p>Artykuły na stronach internetowych (ilość:<b>8</b>)</p> <p>Informacja na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym (ilość:<b>2</b>)</p> <p><u>Efekt:</u></p> <p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie</p>	<b>100,00 euro</b>	Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów