

PLAN KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ

W RAMACH REALIZACJI

LOKALNEJ STRATEGII ROZWOJU
STOWARZYSZENIA BYDGOSKA LOKALNA GRUPA
DZIAŁANIA „DWIE RZEKI”
NA OKRES PROGRAMOWANIA
2021-2027



1. Główne cele i przesłanki planu komunikacji:

Plan komunikacji uwzględnia realizację obowiązków komunikacyjnych LGD wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego, jako IZ Programu Fundusze Europejskie dla Kujaw i Pomorza na lata 2021-2027. Istotą planu jest wspieranie realizacji celów LSR poprzez zachęcenie potencjalnych beneficjentów i mieszkańców obszaru objętego LSR do korzystania ze środków przewidzianych na realizację LSR. Plan ten określa główne cele działań komunikacyjnych, odpowiednie środki przekazu, a także identyfikuje adresatów poszczególnych działań (tzw. grupy docelowe). Plan komunikacji jest również narzędziem zachowania oddolnego charakteru realizacji wsparcia w okresie wdrażania LSR. Podejście oddolne jest od LGD wymagane również na etapie wdrażania LSR, a jego wyrazem ma stanowić plan komunikacji LGD ze społecznością lokalną, który musi zakładać aktywizację, budowanie powiązań, zacieśnianie relacji oraz stały kontakt ze społecznością. Takie partnerskie i oddolne podejście prowadzi do integracji członków społeczności, aktywizacji do udziału w życiu społecznym, poczucia sprawczości, by następnie stopniowo sprzyjać dojrzałości obywatelskiej, podejmowaniu własnych inicjatyw, samostanowienia, a nawet kontroli społecznej. W planie komunikacji uwzględniono wnioski z konsultacji społecznych mające bezpośrednie przełożenie na efekty wdrażania LSR, w szczególności osiągnięcie wskaźników produktu i rezultatu.

Analiza potrzeb/problemów komunikacyjnych:

LGD dokonała analizy w zakresie dotychczas prowadzonych działań komunikacyjnych, w tym w ramach ewaluacji wdrażania obecnie LSR.

Badanie w zakresie oceny zrealizowanych działań doradczych organizowanych dla potencjalnych beneficjentów, realizowane było wśród pracowników LGD, członków LSG, grantobiorców oraz uczestników warsztatów refleksyjnych. Wszystkie osoby uczestniczące w badaniach wskazują, iż realizowane wsparcie doradcze oceniono, jako bardzo dobre lub dobre. Tego typu ocena pozwala na sformułowanie wniosku o podtrzymanie jakości realizowanego wsparcia doradczego.

Podobnie sytuacja ma się z oceną realizowanych działań informacyjno-promocyjnych oraz szkoleniowych organizowanych dla potencjalnych beneficjentów. Badanie realizowane było wśród pracowników LGD, członków LGD, grantobiorców oraz uczestników warsztatów refleksyjnych. Wszystkie grupy uczestniczące w badaniach wskazują, iż realizowane wsparcie szkoleniowe oraz działania informacyjno-promocyjne oceniono, jako bardzo dobre lub dobre. Tego typu ocena pozwala na sformułowanie wniosku o podtrzymanie jakości realizowanego wsparcia szkoleniowego i działań informacyjno-promocyjnych.

Cele planu komunikacji:

Celami planu komunikacji, który ma przynieść efekty w postaci właściwego upowszechnienia informacji o LSR i działaniach LGD są:

- informowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach pozyskiwania środków w ramach LSR oraz doradztwo w procesie tworzenia i realizacji projektów/operacji,
- aktywizacja grup w niekorzystnej sytuacji i środowisk działających na ich rzecz,
- integracja i aktywizacja społeczności lokalnej w oparciu o współpracę trzech sektorów (publicznego, społecznego, gospodarczego),

- budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o już zrealizowanych w ramach lokalnej strategii projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji,
- pozyskanie informacji od lokalnej społeczności o skuteczności środków przekazu i działań komunikacyjnych oraz kierunkach realizacji LSR,
- prezentacja efektów wdrażania LSR.

Adresaci działań komunikacyjnych:

W ramach instrumentu Rozwój lokalny kierowany przez Społeczność (RLKS) społeczność z danego obszaru tworzy partnerstwo lokalne, które opracowuje i realizuje strategię rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność (LSR). To działanie służące włączeniu obywateli na szczeblu lokalnym w inicjowanie i realizację działań na rzecz rozwoju lokalnego. Z uwagi na główne założenia RLKS tj. podejście partnerskie, oddolność, tworzenie różnego rodzaju sieci, których celem jest pomoc w dzieleniu się doświadczeniami i przekazywanie wiedzy między interesariuszami a LGD, współpracę i partycypację, LGD w ramach wdrażania LSR pragnie zapewnić aktywną komunikację z jak najszerszym gronem odbiorców zamieszkujących i działających na obszarze LSR. W związku z powyższym należy wyszczególnić następujące grupy odbiorców działań komunikacyjnych:

- Lokalni liderzy m.in. przedstawiciele rad osiedli, radni rady miejskiej, radni województwa;
- instytucje kulturalne i/lub edukacyjne mające siedzibę na obszarze LSR m.in. biblioteki, domy kultury, szkoły, uniwersytety trzeciego wieku,
- organizacje pozarządowe mające siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiającymi młodzież i seniorów) m.in. klubami osiedlowymi, spółdzielnie mieszkaniowe, klubami sportowymi,
- instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. Miejski Ośrodek Pomocy Społecznej, parafiami, warsztatami terapii zajęciowej itp.,
- mieszkańcy obszaru LSR, w tym osoby w niekorzystnej sytuacji,
- przedsiębiorcy mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR,
- wszyscy potencjalni wnioskodawcy: np. przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe,
- członkowie LGD,
- społeczność lokalna obszaru LSR.

2. Opis działań komunikacyjnych, grup docelowych, środków przekazu, zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz ich efektów:

Termin	Cel działań komunikacyjnych	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki	Planowane efekty działań komunikacyjnych
2024-2029	Informowanie lokalnej społeczności, w tym lokalnych liderów m.in. rady osiedli, radni rady miejskiej, o możliwościach pozyskania środków w ramach EFS+	Działania promocyjne	<ul style="list-style-type: none"> Lokalni liderzy m.in. rady osiedli, radni rady miejskiej; Instytucje kulturalne i/lub edukacyjne mające siedzibę na obszarze LSR m.in. biblioteki, domy kultury, szkoły, uniwersytety trzeciego wieku; organizacje pozarządowe mającymi siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiającymi młodzież i seniorów) m.in. klubami osiedlowymi, 	<ul style="list-style-type: none"> Stworzenie (lub prowadzenie) bazy mailowej lokalnych liderów; Strona internetowa LGD z newsletterem zgodna ze stworzonym i przekazanym przez ZW interfejsem; (w ramach strony internetowej: zapewniony zostanie dostęp do informacji o aktualnym harmonogramie naborów oraz wynikach naborów przeprowadzonych, a także zamieszczona zostanie informacja o wszystkich zrealizowanych projektach w 	<ul style="list-style-type: none"> Stworzenie 1 bazy mailowej lokalnych liderów. Stworzenie 1 strony internetowej LDG wraz z newsletterem. min. 1 wydarzenie otwarte w roku kalendarzowym lub min. 3 MPI rocznie (źródło weryfikacji: sprawozdanie – opracowanie własne LGD), min. 1 zorganizowane spotkanie informacyjno-konsultacyjne z każdą z rad osiedli i mieszkańcami z terenu miasta, min. 1 zorganizowane spotkanie informacyjno-konsultacyjne z przedstawicielami grup docelowych działań komunikacyjnych, LGD przygotuje materiały informacyjne na spotkania osiedlowe oraz spotkanie na terenie miasta zawierające w szczególności opis zakresów 	<ul style="list-style-type: none"> min. 170 osób/podmiotów/adresów /mieszkańców obszaru LSR zapisanych do newslettera, min. 680 uczestników wydarzenia/wydarzeń zorganizowanych/współorganizowanych przez LGD, mieszkańców obszaru objętego LSR w roku, min. 100 uczestników wydarzenia/wydarzeń/MPI zorganizowanych/współorganizowanych przez LGD na każde 50 tys. mieszkańców obszaru objętego LSR w roku¹ min. 35 osób uczestniczących w spotkaniach informacyjno-konsultacyjnych na terenie miasta, min. 1 osoba z każdej grupy docelowej działań

¹ W przypadku organizacji więcej niż 1 wydarzenia w roku liczba uczestników wydarzeń sumuje się.

			<p>spółdzielniami mieszkaniowymi, klubami sportowymi;</p> <ul style="list-style-type: none"> • instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. Miejski Ośrodek Pomocy Społecznej, parafie, warsztaty terapii zajęciowej itp.; • mieszkańcy obszaru LSR; • członkowie LGD; • przedsiębiorcy mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR. 	<p>zakresie LSR w ramach EFS+ wraz z relacją zdjęciową oraz zamieszczone zostanie roczne sprawozdanie z wdrażania LSR za poprzedni rok - do ostatniego dnia czerwca każdego roku realizacji LSR z informacjami w zakresie stanu wdrażania LSR, prowadzonych działaniach animacyjnych oraz projektach realizowanych z innych niż LSR źródeł);</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizowanie raz w roku otwartego wydarzenia (np. festynu, konferencji, rajdu rowerowego, konkursu kulinarnego, spływu kajakowego itp.) dla społeczności z terenu LSR (w ramach wydarzenia 	<p>wsparcia przewidywanych w LSR oraz informację o planowanych terminach konkursów</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 kanał społecznościowy prowadzony przez LGD np. YouTube, Facebook, Instagram. • min. 4 wydania NEWSLETTERA w roku. 	<p>komunikacyjnych uczestnicząca w otwartym wydarzeniu,</p> <ul style="list-style-type: none"> • min. 1000 odsłon/wyświetleń strony w ciągu roku, • min. 4 różne aktywności w każdym miesiącu, w ramach prowadzonych działań z wykorzystaniem mediów społecznościowych.
--	--	--	---	--	---	---

				<p>LGD zapewni, że materiały informacyjne promujące wydarzenie zawierały będą informację o współorganizacji działania przez LGD, podczas wydarzenia co najmniej 2-krotnie uczestnicy zostaną poinformowani przez osoby prowadzące wydarzenie o działalności LGD, wystawione zostanie stoisko informacyjne LGD, gdzie każdy z uczestników będzie miał możliwość uzyskania informacji o działalności LGD i możliwości uzyskania wsparcia ze środków LSR lub organizacja MPI – Mobilnych Punktów Informacyjnych RLKS – punktów organizowanych</p>		
--	--	--	--	--	--	--

				<p>przez LGD podczas różnorodnych wydarzeń realizowanych na obszarze LSR lub poza obszarem LSR (ale na terenie województwa kujawsko-pomorskiego) przez różne podmioty, w tym LGD. Otwarte wydarzenie/Mobilny Punkt Informacyjny LGD powinny zostać oznakowane roll-upem lub x-banerem o min. Wymiarach 100x200 cm zgodnym z wizualizacją przekazaną przez ZW;</p> <ul style="list-style-type: none">• Zorganizowanie raz w roku spotkania informacyjno-konsultacyjnego z każdą z rad osiedli i mieszkańcami z terenu miasta;• Zorganizowanie raz w roku spotkania informacyjno-		
--	--	--	--	--	--	--

				<p>konsultacyjnego z przedstawicielami grup docelowych działań komunikacyjnych</p> <ul style="list-style-type: none">• Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych LGD przy użyciu co najmniej 1 z mediów społecznościowych np. YouTube, Facebook, Instagram;• Informowanie ZW/wskazanej organizacji/institucji z co najmniej 14-dniowym wyprzedzeniem o wszystkich zaplanowanych przez LGD aktywnościach/wydarzeniach na terenie objętym LSR (m.in. festynach, konkursach, podpisywaniu umów grantowych, szkoleniach, warsztatach), na wskazany przez ZW		
--	--	--	--	--	--	--

				adres mailowy. O pozostałych aktywnościach organizowanych przez LGD w ramach planu komunikacji, biuro LGD zobowiązane jest niezwłocznie powiadomić ZW na ww. adres.		
2024-2029	Pomoc potencjalnym beneficjentom w przygotowywaniu wniosków i pozyskiwaniu środków.	Działania edukacyjne	<ul style="list-style-type: none"> Wszyscy potencjalni wnioskodawcy: np. przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, grupy w niekorzystnej sytuacji, mieszkańcy. 	<ul style="list-style-type: none"> Organizacja bezpłatnych szkoleń w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia. Dopuszcza się możliwość organizacji szkoleń, które swoją tematyką (zakresem) będą obejmować więcej niż jeden konkurs. 	<ul style="list-style-type: none"> min. 1 szkolenie/część szkolenia dot. każdego ogłoszonego konkursu 	<ul style="list-style-type: none"> Ilość osób przeszkolonych w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia – 140 osób
2024-	Pozyskanie	Działania	<ul style="list-style-type: none"> Wnioskodawcy i 	<ul style="list-style-type: none"> Ankiety 	<ul style="list-style-type: none"> min 1 ankieta elektroniczna i 	<ul style="list-style-type: none"> Ilość osób, które wypełniły

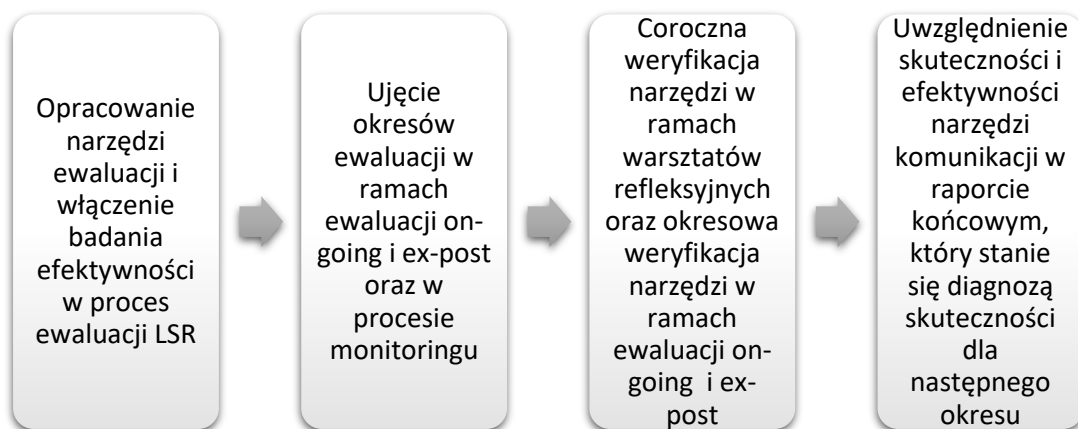
2029	informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR	informacyjne	beneficjenci wspierani przez LGD, członkowie LGD.	elektroniczne; <ul style="list-style-type: none"> • Ankiety tradycyjne; • Spotkania konsultacyjne. 	tradycyjna; <ul style="list-style-type: none"> • min 1 spotkanie konsultacyjne w roku. 	ankiety w roku kalendarzowym – 20 ankiet; <ul style="list-style-type: none"> • Ilość uczestników każdego spotkania konsultacyjnego – 20 osób.
2025-2029	Sposoby upubliczniania wyników działań w ramach planu komunikacji oraz sposobów ich wykorzystania na dalszych etapach realizacji LSR	Feedback i ewaluacja LGD/LSR.	<ul style="list-style-type: none"> • Wnioskodawcy i beneficjenci wspierani przez LGD, członkowie LGD, • Społeczność lokalna obszaru LSR. 	<ul style="list-style-type: none"> • Strona internetowa LGD z newsletterem 	<ul style="list-style-type: none"> • min. 1 rocznie, publikacja sprawozdania zawierająca wyniki działań w ramach planu komunikacji oraz sposobów ich wykorzystania na dalszych etapach realizacji LSR. 	<ul style="list-style-type: none"> • Wzrost liczby mieszkańców obszaru LGD dostrzegających pozytywne efekty wdrażania LSR tj. min. 60% ankietowanych w czasie szkoleń/spotkań i badań ankietowych wskaże, że dostrzega pozytywne efekty wdrażania LSR (próbą min. 30 osób rocznie)

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

Analiza efektywności działań komunikacyjnych przewiduje cykliczne badanie stosowanych środków przekazu i zaproponowanych działań komunikacyjnych pod kątem osiągnięcia planowanych efektów, a także racjonalnego wykorzystania budżetu planu komunikacji. Ewaluacja efektywności będzie elementem planu ewaluacji i będzie odbywała się zarówno w ramach ewaluacji on-going jak i ex-post, a wyniki badań ewaluacyjnych wykorzystane zostaną do dokonania zmian i korekt, aby uczynić plan komunikacji i uwzględnione w nim narzędzia bardziej efektywnymi. Konstruując powyższe założenia planu komunikacji bazowano na dorobku i ocenie efektywności działań prowadzonych w poprzednim okresie i okresie bieżącym przypadającym na moment konstruowania planu komunikacji.

W przypadku problemów napotkanych przez LGD w realizacji LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD lub braku efektywności działań komunikacyjnych, Zarząd LGD podejmie działania animujące społeczność przy wykorzystaniu liderów lokalnych, członków LGD oraz instytucji miejskich tak, aby zdiagnozować przyczyny problemów, dokonać niezbędnych zmian w działaniu, w tym zaplanowanych w planie komunikacji, co doprowadzi do osiągnięcia założonych celów i wskaźników.

Proponowana procedura korygowania planu komunikacji:



4. Szacunkowy budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem głównych kategorii wydatków:

Działanie komunikacyjne	Szacowana kwota wydatków	Główne kategorie wydatków
Działania promocyjne	20000,00	<ul style="list-style-type: none"> • baza mailowa lokalnych liderów • strona internetowa LDG wraz z newsletterem • wydarzenia otwarte • spotkania radami osiedli i mieszkańcami • prowadzenie kanału społecznościowego • Informowanie ZW o działaniach LGD
Działania edukacyjne	15000,00	<ul style="list-style-type: none"> • Organizacja bezpłatnych szkoleń w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia.
Działania informacyjne	5000,00	<ul style="list-style-type: none"> • Ankiety elektroniczne, • Ankiety tradycyjne, • Spotkania konsultacyjne.
Feedback i ewaluacja LGD/LSR.	10000,00	<ul style="list-style-type: none"> • Strona internetowa LGD z newsletterem • Opracowanie raportów.
RAZEM:	50000,00	

.....
(Podpis osób upoważnionych)