



Plan komunikacji z lokalną społecznością – załącznik nr 7 do wniosku o wybór LSR

Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania
„Zielone Sąsiedztwo”

Obszar gmin: Brwinów, Milanówek, Podkowa Leśna



Czerwiec 2023

Prezentacja głównych celów i przesłanek leżących u podstaw opracowania planu komunikacji na lata 2023 – 2027.

Głównym celem Planu komunikacji to skuteczna KOMUNIKACJA oraz ciągłe i systematyczne:

- informowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)
- informowanie 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
- informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów
- wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów
- informowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji
- pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD
- informowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania
- informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR
- promocja realizacji LSR i dobrych praktyk realizacji LSR
- zwiększenie aktywnego zaangażowanie mieszkańców w realizację LSR i działalność LGD

Celem nadrzędnym jest wzmacnianie potencjału kapitału społecznego na obszarze objętym LSR, tj. gmin: Brwinów, Milanówek i Podkowa Leśna, tworzących razem funkcjonalnie połączony obszar zwany Podwarszawskim Trójmiastem Ogrodów.

Aby we właściwy sposób określić cele do powyższych celów oraz dobrać do nich odpowiednie działania komunikacyjne i środki przekazu, zebrano i przeanalizowano następujące dane:

- a) wnioski z analizy realizacji planu komunikacji stanowiącego załącznik nr 5 do Lokalnej Strategii Rozwoju na lata 2016-2023,
- b) wnioski z raportu „Ewaluacja zewnętrzna Strategii Rozwoju Lokalnego kierowanego przez Społeczność” w latach 2016-2022” dla Stowarzyszenia LGD „Zielone Sąsiedztwo” (autor: OMIKRON Mariusz Wachowicz),
- c) informacje dot. preferowanych działań i kanałów komunikacyjnych zebrane podczas badań ankietowych przeprowadzonych na potrzeby opracowania LSR 2023-2027, analizujących jakość życia i kierunki rozwoju wśród mieszkańców obszaru LGD, z dodatkowym wyszczególnieniem seniorów i osób młodych,

- d) informacje dot. preferowanych działań i kanałów komunikacyjnych pozyskane podczas spotkań konsultacyjnych z mieszkańcami obszaru LGD oraz przedstawicielami samorządów i NGO,

Realizując plan komunikacji na lata 2014-2020/2022 LGD pozyskiwało informację zwrotną ze strony społeczności lokalnej. Analizując dane można zaobserwować dwa rodzaje działań komunikacyjnych, z których najczęściej korzystali odbiorcy LGD. Na pierwszym miejscu był to kontakt za pośrednictwem internetu poprzez strony internetowe oraz portal społecznościowy (Facebook) zarówno stowarzyszenia jak i innych podmiotów (m.in. gmin członkowskich, sołectw, centrów kultury,) oraz wiadomości e-mail rozsyłanych przez LGD. Drugim działaniem komunikacyjnym, również bardzo popularnym wśród odbiorców był kontakt za pośrednictwem narzędzi bezpośrednich: informacje przekazywane przez różne osoby tzw. marketing szeptany, także bezpośredni kontakt z członkami LGD oraz pracownikami biura. Działaniem najmniej efektywnym była promocja za pośrednictwem radia, telewizji i prasy lokalnej oraz druk plakatów.

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.

Grupy docelowe, do których kierowane będą poszczególne działania komunikacyjne wynikają z celów zapisanych w LSR oraz z charakteru planowanych do realizacji poszczególnych operacji i przedsięwzięć. Na tej podstawie wyodrębniono następujące grupy docelowe, do których będą skierowane działania promocyjne planu komunikacji:

- mieszkańcy obszaru LGD w szczególności osoby należące do grupy w niekorzystnej sytuacji zdiagnozowanych w LSR,
- potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe
- uczestnicy spotkań informacyjnych działań aktywizujących – integrujących organizowanych przez LGD,
- sołtysi, Koła Gospodyń Wiejskich, OSP i liderzy lokalnych społeczności,
- członkowie Stowarzyszenia LGD,
- pracownicy biura LGD.

Wśród zastosowanych działań LGD „Zielone Sąsiedztwo” przewiduje takie, które w opinii mieszkańców uzyskały najwięcej wskazań oraz te, które w wyniku doświadczeń lat ubiegłych okazały się najbardziej trafne:

- konferencja,
- informowanie poprzez główną stronę internetową LGD
- informowanie poprzez strony internetowe gmin członkowskich

- informacje na portalach społecznościowych LGD oraz gmin członkowskich i ich jednostek
- spotkania informacyjno- szkoleniowe wraz ze stoiskami podczas lokalnych wydarzeń
- indywidualne doradztwo
- mailing do zainteresowanych odbiorców
- ankieta badająca poziom satysfakcji z działalności biura.

Zastosowane w dokumencie działania komunikacyjne mają dwukierunkowy charakter: zarówno przekazują informację z LGD do otoczenia, jak i pozyskują potrzebne informacje od odbiorców. Niniejszy plan komunikacji, oprócz zastosowania formalnych działań komunikacyjnych (zaplanowanych z wyprzedzeniem, których celem jest wywołanie pożądaných reakcji aktualnych i potencjalnych wnioskodawców) zakłada również zastosowanie promocji nieformalnej. Promocja nieformalna składa się z działań zwykle nieplanowanych, realizowanych przez członków i pracowników LGD, niosących różne komunikaty do otoczenia „niejako przy okazji” podczas wykonywania swoich obowiązków. Świadoma realizacja działań nieformalnych jest bardzo istotna, gdyż przynosi często większy skutek wizerunkowy dla LGD, dzięki różnym kontaktom, nawet pozazawodowym. Dlatego wśród grup odbiorców przy wszystkich celach komunikacyjnych omawianego dokumentu zostali uwzględnieni członkowie LGD. Nawet, gdy nie stanowią oni bezpośredniej grupy odbiorców formalnych działań komunikacyjnych i tak będą informowani o wszystkich działaniach podejmowanych przez LGD, aby poprzez spotęgowanie w nich odczucia przynależności do stowarzyszenia, wpływali na wzrost rozpoznawalności marki LGD na obszarze.

Ze względu na zdiagnozowaną w LSR grupę osób w niekorzystnej sytuacji jaką są seniorzy działania komunikacyjne będą uwzględniały aktywności w miejscu aktywności tej grupy społecznej: Uniwersytety Trzeciego Wieku, koła zainteresowań, spotkania integracyjne.

Działania kierowane do młodzieży zapewnią rozwój kreatywności i innowacyjności w podejściu tej grupy społecznej do rozwoju obszaru, w tym oferowane będą szkolenia z innowacyjności, artystyczne i podobne wzmacniające twórczość i kreację.

Mieszkańcy obszaru nie tylko będą na bieżąco informowani o aktywności LGD, ale przede wszystkim przez cały czas realizacji planu komunikacji będą mogli informować o swoich potrzebach i napotkanych problemach. Angażowanie do współodpowiedzialności za efekty wdrażania LSR wydaje się być najefektywniejszym środkiem skutecznej realizacji podejścia LEADER.

Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych

W zależności od przyjętych metod i działań komunikacyjnych zastosowano adekwatne wskaźniki do mierzenia poziomu oraz efektywności podjętych działań.

Dla informacji zamieszczanych na stronie internetowej LGD lub na portalach społecznościowych zastosowano wskaźnik monitorowania oglądalności, w tym liczby wyświetleń informacji lub posta.

Dla informacji zamieszczanych na stronie internetowej LGD lub na portalach społecznościowych mierzeniu będzie podlegała liczba artykułów na stronach i/lub portalach społecznościowych.

W przypadku działań informacyjno – szkoleniowych wskaźnikiem realizacji danego działania jest liczba spotkań informacyjno – szkoleniowych w wyniku których podniósł się poziom wiedzy uczestników spotkań na dany temat.

W zakresie wspierania beneficjentów LSR w realizacji projektów oferowane będzie doradztwo indywidualne oraz szkolenia, dla którego wskaźnikiem miary będzie liczba osób, którym udzielono doradztwa oraz liczba szkoleń. Pozyskaniu informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD będzie służyła ankieta wypełniana po doradztwie, a wskaźnikiem realizacji dla tego działania będzie liczba wypełnionych/dystrybuowanych ankiet.

Szczegółowe wartości przyjętych wskaźników zostały zaprezentowane w układzie Tabeli.

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

Dla oceny efektów stosowanych przez LGD działań komunikacyjnych a także dla oceny racjonalności wydatków przeznaczonych na działania wynikające z Planu komunikacji LGD przewiduje stałe i cykliczne monitorowanie efektywności pracy Biura LGD i organów LGD, w tym stan realizacji Planu komunikacji. Źródłem danych dla monitoringu w tym obszarze będzie opinia Prezesa/Kierownika biura LGD i Przewodniczącego Rady, wywiady z beneficjentami i członkami LGD, wypełnione ankiety oraz dokumentacja własna LGD, ew. wyniki kontroli, anonimowe ankiety i wywiady. Monitoring w tym zakresie będzie odbywał się nie rzadziej niż w odstępach półrocznych, także jako przedmiot ewaluacji on-going zaplanowanej o okresach rocznych (do końca I kwartału po zakończeniu roku kalendarzowego) oraz w formie ewaluacji ex-post na zakończenie okresu realizacji programu.

Indykatywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem głównych kategorii wydatków

Indykatywny budżet na działania komunikacyjne z uwzględnieniem źródeł finansowania został przedstawiony w układzie Tabeli. W odniesieniu do poszczególnych działań wskazano na główne kategorie wydatków w zależności od przewidywanych kosztów:

- Wynagrodzenia pracownika biura lub osoby zatrudnionej na zlecenie,
- Zakup usług, w tym usługa hostingowa dla strony internetowej,
- Zakup usług w celu organizacji wydarzeń, spotkań integrujących i animujących,

- Zakup towarów i niezbędnego wyposażenia do organizacji wydarzeń, spotkań integrujących i animujących,
- Wydatki na informacje i promocję,
- Wydatki na szkolenia.

Zredukowane do minimum zostały wydatki na gadżety reklamowe i publikacje wymagające druku poza wydrukami dotyczącymi położenia obszaru, np. map z zaznaczonymi atrakcjami dla mieszkańców oraz przyjezdnych.

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
<p>Poinformowanie uczestników konferencji o rozpoczęciu realizacji LSR, jej głównych obszarach tematycznych, celach i wskaźnikach, zasadach przyznawania pomocy, planie komunikacyjnym oraz zasadach świadczenia doradztwa przez pracowników biura</p> <p>Uzyskanie informacji zwrotnej nt. zainteresowania udziałem w realizacji LSR, w tym w realizacji przedsięwzięć</p>	<p>Konferencja rozpoczynająca realizację LSR LGD</p>	<p>Wszyscy uczestnicy konferencji, w szczególności członkowie i partnerzy LGD, lokalne media, lokalni liderzy, przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>- prezentacje podczas konferencji - wystąpienia zaproszonych gości – członków LGD i Partnerów</p>	<p>- 1 konferencja - 40 uczestników konferencji - 30 ankiet - nie mniej niż 80% zwróconych ankiet</p> <p>Efekt: wzrost zainteresowania grup docelowych realizacją LSR oraz upowszechnienie na obszarze 3 gmin członkowskich informacji o LGD i realizacji LSR</p>	<p>10 000,00 zł (Wynagrodzenia pracownika biura lub osoby zatrudnionej na zlecenie – koordynatora, Zakup usług – catering, Zakup towarów i niezbędnego wyposażenia, Wydatki na informacje i promocję)</p>	<p>Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po konferencji.</p>
<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie</p>	<p>Kampania informacyjna dotycząca obowiązków w komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, grupy osób w</p>	<p>- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD w tym na FB, - mailing do zainteresowanych odbiorców</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuły i raporty zamieszczane na stronie LGD (ilość: min 1x w roku), aktualizowane niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych</p> <p><u>Efekt:</u></p>	<p>5 000,00 zł (Zakup usług, w tym usługa hostingowa dla strony internetowej, Wynagrodzenia pracownika biura lub osoby zatrudnionej na zlecenie – koordynatora)</p>	<p>Monitoring oglądalności strony LGD/ licznik wejść Oraz monitoring oglądalności postów na FB</p>

z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR		niekorzystnej sytuacji, jsfp		Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI		
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)	Kampania informacyjna na temat głównych założeń i bieżącej realizacji LSR	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD w tym na FB - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalach społecznościowych - fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym - stoiska informacyjno/promocyjne na wydarzeniach lokalnych	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych (ilość: min. 1x na kwartał) Informacje w mediach o zasięgu lokalnym - np. biuletyny gminne (ilość: min 1x na kwartał Stoiska min. 1 w każdej gminie 1x na pół roku <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR	20 000 zł Wynagrodzenia pracownika biura lub osoby zatrudnionej na zlecenie – koordynatora, Zakup usług w celu organizacji wydarzeń, spotkań integrujących i animujących, Zakup towarów i niezbędnego wyposażenia do organizacji wydarzeń, spotkań integrujących i animujących, Wydatki na informacje i promocję	Monitoring oglądalności strony LGD,/ licznik wejść Oraz monitoring oglądalności postów na FB ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów	Spotkania informacyjne – szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy , przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe,	- Spotkania informacyjno-szkoleniowe	<u>Wskaźnik:</u> Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (ilość: 1x na roku), w tym minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wniosków <u>Efekt:</u>	5 000,00 zł Zakup usług w celu organizacji wydarzeń, Wydatki na informacje i promocję,	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych

	rozliczenia operacji	mieszkańcy obszaru, jsfp, grupy osób w niekorzystnej sytuacji		Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji, wzrost liczby osób zainteresowanych udziałem w spotkaniach informacyjnych, szkoleniach i korzystaniem z doradztwa świadczonego przez pracowników biura LGD		
Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów	Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	Beneficjenci oraz wnioskodawcy	Doradztwo indywidualne/ szkolenia	<p><u>Wskaźnik:</u> Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart/ewidencji udzielonego doradztwa/ Liczba szkoleń</p> <p><u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów, wzrost liczby osób zainteresowanych udziałem w spotkaniach informacyjnych, szkoleniach i korzystaniem z doradztwa świadczonego przez pracowników biura LGD</p>	<p>5 000,00 zł Zakup usług w celu organizacji wydarzeń, Wydatki na informacje i promocję, Zakup usług w celu organizacji wydarzeń, spotkań integrujących i animujących do wdrażania lokalnych innowacji</p>	Karta / ewidencja udzielonego doradztwa/ Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu

<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji</p>	<p>Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków</p>	<p>Potencjalni wnioskodawcy – w zależności od naboru</p>	<p>-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich -Informacje na portalach społecznościowych – fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (ilość: min. 1x na kwartał) Informacje na portalach społecznościowych oraz mediach o zasięgu lokalnym (ilość min. 1x na kwartał <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji, , wzrost liczby osób zainteresowanych udziałem w spotkaniach informacyjnych, szkoleniach i korzystaniem z doradztwa świadczonego przez pracowników biura LGD</p>	<p>5 000,00 zł (Zakup usług, w tym usługa hostingowa dla strony internetowej, Wynagrodzenia pracownika biura lub osoby zatrudnionej na zlecenie – koordynatora)</p>	<p>Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa</p>
<p>Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD</p>	<p>Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa</p>	<p>Wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji</p>	<p>- Ankieta wypełniana po doradztwie</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów (ilość: min. 5 szt. dla naboru na rozwój przedsiębiorczości oraz na projekty grantowe oraz min. 3 szt.</p>	<p>5 000,00 zł (Zakup usług, w tym usługa hostingowa dla strony internetowej, Wynagrodzenia pracownika biura lub osoby zatrudnionej na</p>	<p>Badanie ankietowe</p>

	świadczone go przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji			dla pozostałych naborów wniosków) <u>Efekt:</u> Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych, poprawa jakości świadczenia doradztwa przez pracowników biura LGD	zlecenie – koordynatora)	
Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania, i o stanie realizacji LSR (osiągniętych celach, wskaźnikach i rezultatach), prezentacja zrealizowanych operacji	Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR oraz Konferencja promująca realizację LSR LGD	Mieszkańcy obszaru LGD, Wszyscy uczestnicy konferencji, w szczególności członkowie i partnerzy LGD, lokalne media, beneficjenci LSR	-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD -Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalu społecznościowym LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym - konferencja podsumowująca okres wdrażania LSR i osiągnięte	<u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (ilość: min. 10x na kwartał) Informacja na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: min. 10x na kwartał Materiał filmowy min. 1 szt. w okresie realizacji LSR- Konferencja (1 konferencja, min. 50 uczestników Prezentacje podczas konferencji, min. 3 szt.	10 000,00 zł (Wynagrodzenia pracownika biura lub osoby zatrudnionej na zlecenie – koordynatora, Zakup usług – catering, Zakup towarów i niezbędnego wyposażenia, Wydatki na informacje i promocję)	Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po konferencji

			rezultaty, prezentacja zrealizowanych operacji - film promocyjny o realizacji LSR	<u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR w całym okresie upowszechnienie wiedzy o efektach realizacji LSR na obszarze 3 gmin członkowskich, wzrost liczby członków i partnerów LGD		
Podnoszenie kompetencji w zakresie realizacji planu komunikacji	Szkolenia, wyjazdy studyjne	członkowie Stowarzyszenia LGD, w tym członkowie Rady oraz Zarządu, pracownicy biura LGD	- spotkania on Line lub bezpośrednie, lub wyjazdy studyjny	W miarę potrzeb, nie mniej niż 1x w roku <u>Efekt:</u> Podniesienie kompetencji w zakresie realizacji planu komunikacji	15 000,00 zł (Wynagrodzenia pracownika biura lub osoby zatrudnionej na zlecenie – koordynatora, Zakup usług – np. catering, Zakup towarów i niezbędnego wyposażenia, Wydatki na informacje i promocję)	Lista obecności, plan szkoleń, ankieta badająca poziomą satysfakcję z udziału w szkoleniu

Podkowa Leśna, 05.06.2023 r.

.....