

PLAN KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ

Plan komunikacji zakłada realizację działań ukierunkowanych na jak najszersze włączenie społeczności lokalnych – mieszkańców obszaru LGD, przy zachowaniu skutecznej i obustronnej komunikacji. Za koordynację działań informacyjnych i promocyjnych odpowiadać będzie Biuro LGD. W realizację procesu komunikacji zaangażowani zostaną beneficjenci realizujący projekty współfinansowanych ze środków LSR.

Plan komunikacji, który jest efektem działań partycypacyjnych społeczności lokalnej (tj. ustalenie jego zasad miało miejsce w trakcie tworzenia LSR, a ostateczny kształt został poddany konsultacjom społecznym i uwzględnia uwagi zgłoszone w ramach konsultacji) określa cele działań komunikacyjnych, środki przekazu i weryfikację ich efektywności oraz wskazuje adresatów poszczególnych działań.

Cele szczegółowe Planu komunikacji skupione są przede wszystkim na budowaniu wizerunku i postępowaniu Lokalnej Grupy Działania Miasto Włocławek jako silnego i przyjaznego animatora i inkubatora innowacyjnych działań na rzecz lokalnej społeczności oraz na osiągnięciu wysokiej aktywności w procesie naboru projektów, które skutkować będą wysoką jakością przedstawianych wniosków o dofinansowanie. Plan komunikacji zakłada również regularne badanie efektywności podejmowania działań promocyjnych, które mają służyć lepszemu nawiązaniu dialogu z mieszkańcami obszaru objętego działaniem LGD oraz poprawę jakości działań podejmowanych przez LGD. Dokładny opis został w rozdziale 3.5 Lokalnej Strategii Rozwoju - Współpraca z lokalną społecznością na etapie wdrażania LSR.

Cele działań komunikacyjnych

Celem komunikacji z lokalną społecznością jest budowanie i podtrzymywanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR, informowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach pozyskiwania środków w ramach LSR, włączanie społeczności lokalnej w realizację LSR, upowszechnianie aktywnej integracji i aktywizacji społeczności lokalnej, informowanie o stanie realizacji LSR, a także pozyskiwanie informacji zwrotnej od lokalnej społeczności na temat skuteczności środków przekazu i działań komunikacyjnych oraz kierunkach realizacji LSR i skuteczności udzielanego wsparcia. LGD będzie starała się angażować do tychczas biennych interesariuszy i podtrzymywać współpracę z dotychczasowymi partnerami zarówno z obszaru realizacji LSR jak i organizacjami spoza tego obszaru (LGD należy do wojewódzkiej sieci LGD oraz współpracuje z OWES we Włocławku).

Opis grup odbiorców

Grupami odbiorców działań komunikacyjnych są przedstawiciele sektorów publicznego, gospodarczego i społecznego z miasta Włocławka.

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 niezbędne jest zapewnienie komunikacji z jak najszerszym gronem odbiorców zamieszkujących i działających na obszarze LSR. LGD Miasto Włocławek zapewni komunikację z następującymi grupami docelowymi swoich działań:

1. Lokalni liderzy m.in. rady osiedli/okreęgów (o ile zostały utworzone), radni rady miejskiej, województwa;
2. instytucje kulturalne i/lub edukacyjne mające siedzibę na obszarze LSR m.in. biblioteki, domy kultury, teatry, szkoły, uniwersytety trzeciego wieku itp.;
3. organizacje pozarządowe mające siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiającymi młodzież i seniorów) m.in. kluby osiedlowe, spółdzielnie mieszkaniowe, kluby sportowe;
4. instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodki pomocy społecznej, parafie, warsztaty terapii zajęciowej itp.;
5. mieszkańcy obszaru LSR;
6. przedsiębiorcy mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR.

Lokalna Grupa Działania Miasto Włocławek będzie realizowała plan komunikacji zaprojektowany na poszczególnie lata zgodny ze standardem minimum do planu komunikacji z lokalną społecznością dla Województwa Kujawsko-Pomorskiego.

PLAN KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ¹

Nazwa działania komunikacyjnego	Opis działania komunikacyjnego	Grupa docelowa	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych wraz z wartościami	Planowane efekty działań komunikacyjnych
Działania informacyjne prowadzone za pomocą drogi elektronicznej	Informowanie drogą elektroniczną o konkursach, konkursjach społecznych i wydarzeniach organizowanych przez LGD.	podmioty wskazane w grupach docelowych; standardu minimum (pkt. 1-6)	Stworzenie (lub prowadzenie) bazy mailowej oraz dodanie newslettera do strony internetowej LGD (lub kontynuacja jego wysyłki jeśli LGD posiada newsletter).	min. 4 wydania NEWSLETTERA w roku	min. 50 osób/podmiotów/adresów zapisanych do newslettera
Działania promocyjno-animacyjne	Informowanie o działaniach LGD oraz wsparciu, którego udzieliło LGD, jak również informowanie o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów.	mieszkańcy obszaru LSR	Organizacja lub współorganizacja otwartego wydarzenia (np. festynu, konferencji, rajdu rowerowego, konkursu kulinarnego, itp.) dla społeczności z terenu LSR o zasięgu ogólnomiejskim	min. 1 wydarzenie w roku	min. 200 uczestników otwartego wydarzenia w każdym roku (w przypadku organizacji więcej niż jednego wydarzenia w roku liczba uczestników wydarzeń sumuje się)
Działania informacyjno-konsultacyjne	Informowanie o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów oraz przekazywanie informacji o zasadach przeprowadzenia tych konkursów.	m.in. lokalni liderzy, przedstawiciele organizacji pozarządowych, instytucji kultury i/lub edukacyjnych, instytucji działających na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej, przedsiębiorców	Organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego obszaru LSR.	min. 1 spotkanie w roku	min. 15 uczestników spotkania obszaru LSR
Działania komunikacyjne w ramach spotkań bezpośrednich	Rozpowszechnianie informacji o szczegółowych zasadach przyznania pomocy w ramach LSR.	potencjalni wnioskodawcy/grantobiorcy	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 prowadzenia szkoleń, które swoją tematyką (zakresem)	min. 1 szkolenie/część szkolenia dot. każdego ogłaszanego konkursu	min. 15 przeszkolonych osób

				<p>Prowadzenie strony internetowej LGD, gdzie w sposób czytelny i przejrzysty zapewniony zostanie dostęp do informacji o:</p> <ul style="list-style-type: none"> - aktualnym harmonogramie naborów; - wynikach konkursów już przeprowadzonych; - wszystkich zrealizowanych projektach w zakresie LSR w ramach EFS+ wraz z relacją zdjęciową. <p>Do ostatniego dnia czerwca każdego roku realizacji LSR zamieszczone zostanie na stronie roczne sprawozdanie z wdrażania LSR za poprzedni rok.</p>		
<p><i>Działania informacyjne prowadzone za pomocą strony internetowej</i></p>	<p>Informowanie o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów oraz wynikach naborów, promowanie projektów dofinansowanych w ramach LSR.</p>	<p>podmioty wskazane w grupach docelowych standardu minimum (pkt. 1-6)</p>	<p>Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych LGD przy użyciu mediów społecznościowych</p>	<p>min. 1 kanał społecznościowy prowadzony przez LGD np. YouTube, Facebook, Instagram, TikTok</p>	<p>min. 3000 odsłon/wyświetleń strony w ciągu roku</p>	

¹ Plan komunikacji uwzględni realizację obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez właściwe IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR (jeśli dotyczy).

W przypadku, kiedy komunikacja okaże się nieskuteczna, zostanie powołany zespół roboczy, który przeanalizuje informacje wysyłane przez LGD pod kątem selekcji odbiorców, formułowania komunikatów, doboru kanałów komunikacji, a także przeprowadzi wywiady z przedstawicielami różnych grup społecznych, aby ocenić dlaczego przeprowadzone działania nie przyniosły oczekiwanych efektów oraz wprowadzi program naprawczy zgodny z wynikami przeprowadzonej diagnozy.

Szacunkowy koszt realizacji Planu komunikacji zostanie opracowany na podstawie dotychczasowych doświadczeń Stowarzyszenia. Część działań wskazanych w dokumencie (np. umieszczenie informacji na stronie internetowej, FB, prowadzenie szkoleń w zakresie przyznawania pomocy itp.) będzie realizowana bezkosztowo w ramach etatów pracownikó**ów** biura LGD.

PRZEBES ZARZADU

Teodorzata Kamińska-Tomaszkiewicz

WICEPRZEBES

Andrzej Watzak