Załącznik nr 1
do Uchwały V/3/23 Zarządu
Lokalnej Grupy Działania – Puszcza Knyszyńska z dn. 07.08.2023

PLAN KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ

Lokalna Strategia Rozwoju Lokalnej Grupy Działania – Puszcza Knyszyńska 2023-2027

Supraśl, sierpień 2023 r.

Fundusze Europejskie
Rzeczpospolita Polska
Dofinansowane przez Unię Europejską

I. Prezentacja głównych celów Planu Komunikacji i przesłanek leżących u podstaw jego opracowania

U przesłanek powstania dokumentu znalazła się potrzeba pogłębiania procesu partycypacyjnej realizacji LSR z mieszkańcami tego obszaru, wspólnie z sektorem gospodarczym i publicznym. LGD wspólnie z mieszkańcami obszaru stoi przed znacznym wyzwaniem wdrażania nowej LSR, w ramach której oprócz wsparcia działań stricte gospodarczych, stoją nowe wyzwania związane z szerokimi działaniami na rzecz grup znajdujących się w niekorzystnej sytuacji.

Są to obszary działalności LGD, z którymi wspólnie z mieszkańcami, lokalnymi organizacjami, samorządem i przedsiębiorcami będziemy się mierzyć. Konsultacje społeczne pozwoliły na sformułowanie nowych i potwierdzenie zasadności dotychczas realizowanych działań komunikacyjnych. Ważną wspólną decyzją społeczną w zakresie komunikacji skierowanej do grup w niekorzystnej sytuacji jest dostosowanie sposobów komunikacji do różnych grup odbiorców.

Wyrażone w licznych spotkaniach, rozmowach ze społecznością lokalną potrzeby i intencje pozwoliły na sformułowanie założeń Planu, jak również trzech głównych celów działań komunikacyjnych prowadzonych przez LGD Puszcza Knyszyńska:

Cel 1. Dostarczenie rzetelnej informacji o stanie realizacji LSR (w tym o stopniu realizacji przedsięwzięć, osiągnięcia celów i wskaźników) oraz podniesienie świadomości i wiedzy mieszkańców obszaru LGD, w tym grup w niekorzystnej sytuacji, na temat LSR i możliwości pozyskiwania środków.

Cel 2. Zachęcanie potencjalnych beneficjentów do włączenia się w realizację LSR, podejmowania współpracy dla realizacji zadań i przedsięwzięć, w tym zainteresowanie grup w niekorzystnej sytuacji, możliwością korzystania ze wsparcia w ramach LSR.

Cel 3. Promocja korzyści wynikających z realizacji LSR i dobrych praktyk zaangażowania mieszkańców w budowanie społeczeństwa obywatelskiego i rozwoju lokalnego.

II. Opis działań komunikacyjnych i grup docelowych oraz środków przekazu, w tym działań podejmowanych w przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciu społecznym dla działań realizowanych przez LGD wraz ze wskaźnikami

Działania komunikacyjne	Zidentyfikowane grupy docelowe, w tym w niekorzystnej sytuacji	Środki przekazu/sposób dotarcia do grupy	Wskaźniki
Kampania informacyjna dot. założeń, realizacji i efektów LSR LGD Puszcza Knyszyńska	Społeczność lokalna: mieszkańcy obszaru LGD, w tym seniorzy, młodzież, grupy znajdujące się w niekorzystnej sytuacji. Ponadto przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, samorządowcy; media; potencjalni wnioskodawcy i uczestnicy projektów.	- ogłoszenia/ informacje na stronie internetowej LGD, w Internecie, na portalach gminnych; - ogłoszenia / informacje w siedzibach członków LGD, działających na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji; na tablicach ogłoszeń; - spotkania informacyjno-konsultacyjne z mieszkańcami w gminach. - ulotka informacyjna nt. innowacyjności - media społecznościowe; - lokalna prasa.	- liczba ogłoszeń/ informacji zamieszczonych na stronie internetowej LGD, w Internecie i na portalach gminnych: 30 szt.; - liczba odwiedzin strony internetowej LGD/ rok: 10.000 wejść; - liczba ogłoszeń/ informacji w siedzibach członków LGD, działających na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji; na tablicach ogłoszeń: 10 sztuk - liczba spotkań informacyjno-konsultacyjnych z mieszkańcami w gminach: 9 sztuk; - liczba osób uczestniczących w spotkaniach informacyjno – konsultacyjnych: 135 osób. - ulotka: 100 szt. - liczba artykułów w lokalnej prasie – 4 szt.

Kampania promocyjna dot. założeń, realizacji i efektów LSR LGD Puszcza Knyszyńska	Społeczność lokalna: mieszkańcy obszaru LGD, w tym seniorzy, młodzież, grupy znajdujące się w niekorzystnej sytuacji. Ponadto przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, samorządowcy; media; potencjalni wnioskodawcy i uczestnicy projektów.	- akcje promocyjne: promocja LSR podczas wydarzeń/ imprez na obszarze LGD; - fotogalerie zrealizowanych projektów na stronie www. LGD. - media społecznościowe; - lokalna prasa	- liczba akcji promocyjnych: 10 szt.; - liczba zamieszczonych fotogalerii na stronie www. LGD: 10 szt.; - Liczba artykułów w lokalnej prasie – 4 szt.
Wsparcie doradcze i szkoleniowe	Potencjalni wnioskodawcy i beneficjenci.	- szkolenia dla wnioskodawców/ beneficjentów; - doradztwo indywidualne dla wnioskodawców/ beneficjentów w punkcie informacyjno-konsultacyjnym w siedzibie LGD; - badanie satysfakcji beneficjentów.	- liczba szkoleń dla wnioskodawców/ beneficjentów: 35 szt.; - liczba osób uczestniczących w szkoleniach dla wnioskodawców/ beneficjentów: 350 osób; - liczba usług doradczych - 300; - liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa – 250 osób - liczba podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa i które złożyły wniosek o przyznanie pomocy - 200; - liczba przeprowadzonych badań ankietowych dot. satysfakcji beneficjentów: 650 osób. - liczba osób zadowolonych z uzyskanego wsparcia doradczo-szkoleniowego: 600 osób.
Kampania promocyjna dotycząca nawiązywania współpracy do realizacji projektów partnerskich i operacji w partnerstwie	Społeczność lokalna: mieszkańcy obszaru LGD, w tym seniorzy, młodzież, grupy znajdujące się w niekorzystnej sytuacji. Ponadto przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, samorządowcy; media; potencjalni wnioskodawcy i uczestnicy projektów.	- informacje na stronie www LGD i na innych portalach internetowych; - „puszczańskie śniadania” – kojarzenie partnerów - baza internetowa potencjalnych partnerów; - mailing do członków LGD; sołtysów, stowarzyszeń, w tym KGW i OSP z terenu LGD. - media społecznościowe; - lokalna prasa.	- liczba zamieszczonych informacji na portalach internetowych: 5 szt.; - 5 spotkań kojarzących partnerów („puszczańskie śniadania) - 1 baza internetowa - liczba artykułów w lokalnej prasie – 4 szt.
Kampania społeczna na rzecz jakości życia i podniesienia aktywności grup w niekorzystnej sytuacji	Społeczność lokalna: mieszkańcy obszaru LGD, w tym seniorzy, młodzież, grupy znajdujące się w niekorzystnej sytuacji. Ponadto przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, samorządowcy; media; potencjalni wnioskodawcy i uczestnicy projektów.	- spotkania z osobami, które odniosły sukces; - informacje na stronie internetowej LGD i na portalach gminnych o działaniach dedykowanych grupom w niekorzystnej sytuacji. - media społecznościowe; - lokalna prasa.	- liczba spotkań z osobami, które odniosły sukces: 4 szt. - liczba osób uczestniczących w spotkaniach z osobami, które odniosły sukces: 50 osób - liczba ogłoszeń/ informacji zamieszczonych w Internecie i na portalach gminnych: 20 szt.; - liczba artykułów w lokalnej prasie – 4 szt.
Badanie dot. jakości życia na obszarze LGD	Społeczność lokalna: mieszkańcy obszaru LGD, w tym seniorzy, młodzież, grupy znajdujące się w niekorzystnej sytuacji. Ponadto przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, samorządowcy; media;	- ankieta papierowa dotycząca jakości życia na obszarze LGD; - sondaż na stronie www dot. jakości życia na obszarze LGD	- liczba przeprowadzonych badań ankietowych dot. jakości życia mieszkańców: 2 szt. - liczba zamieszczonych sondaży na stronie www. – 1 szt.

	potencjalni wnioskodawcy i uczestnicy projektów.		
Profesjonalizacja kadr na rzecz efektywniejszej realizacji LSR	Pracownicy biura LGD i członkowie organów LGD	- szkolenia podnoszące umiejętności pracowników biura i członków organów LGD	- liczba osobodni szkoleń dla pracowników biura: 60 osobo/dni; - liczba osobodni szkoleń dla członków organów LGD: 45 osobo/dni.

Środki przekazu (sposób dotarcia do grupy) będą uzależnione m.in. od rodzaju grupy, do której będzie adresowana informacja. Zgodnie z *Raportem „Podsumowanie ankiet dotyczących potrzeb oraz oferty skierowanej do osób młodych – do 25 roku życia, mieszkających na obszarze LGD Puszcza Knyszyńska", LGD Puszcza Knyszyńska, maj 2023*, najbardziej efektywne formy komunikacji z młodymi mieszkańcami obszaru LGD w zakresie realizacji LSR to: media społecznościowe i komunikatory internetowe. Chętnie korzystają też ze stron internetowych (LGD, portali gminnych) oraz kontaktu telefonicznego. Inne środki efektywnej komunikacji wskazali natomiast seniorzy, osoby po 60 r. życia. Są to przede wszystkim lokalna prasa, spotkania / szkolenia i kontakt telefoniczny (zgodnie z dokumentem *Raport „Podsumowanie ankiet dotyczących potrzeb oraz oferty skierowanej do seniorów - osób powyżej 60 roku życia, mieszkających na obszarze LGD Puszcza Knyszyńska", LGD Puszcza Knyszyńska, maj 2023*).

Opis podejmowanych działań w sytuacji problemów z wdrażaniem LSR czy niskiego poparcia:

W sytuacji zaistnienia istotnych problemów z wdrażaniem LSR, polegających na niskim zainteresowaniu wnioskodawców lub też problemów związanych z realizowaniem/rozliczaniem projektów, LGD przewiduje uruchomienie dodatkowych działań doradczych, w tym innowacyjnych narzędzi opartych o dobrą praktykę aniołów biznesu, w przypadku projektodawców LGD: aniołów projektów, służących profesjonalnym wsparciem w rozliczeniu/poprowadzeniu projektu. Wszelkie dodatkowe działania opierać się będą o zrewidowane założenia Planu Komunikacji.

Ponadto planowane jest, po konsultacji ze społecznością lokalną, uruchomienie innych, adekwatnych do zaistniałych problemów działań, na przykład w sytuacji niskiego poparcia. W tym zakresie przewiduje się przede wszystkim spotkania i dyskusje na temat potrzeb społeczności, mediacje w sytuacji innych problemów lub dodatkowe akcje związane z upowszechnianiem dobrych praktyk realizacji LSR, po zaczerpnięciu ewentualnie porad u specjalistów od komunikacji społecznej.

Planowane działania mające na celu poinformowanie o LSR jak najszerzej społeczności lokalnej i zmobilizowanie biernych dotychczas interesariuszy do realizacji strategii:

- Informacja na stronie internetowej LGD;
- Ogłoszenia na tablicach informacyjnych w Gminach obszaru LSR;
- Informacja na stronach internetowych urzędów gmin z linkiem do www LGD;
- Informacja na profilu LGD na portalu społecznościowym;
- Kontakt poprzez wiadomość e-mail;
- Kontakt telefoniczny;
- Ulotka informacyjna;
- Informacja i doradztwo w siedzibie LGD;
- Spotkania dla grup w niekorzystnej sytuacji, seniorów i osób młodych;
- Organizacja spotkań i szkoleń;
- Tworzenie partnerstw;
- Wydarzenia i kampanie lokalne;
- Debaty i konsultacje społeczne.

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

Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu została przewidziana jako cykliczne badanie w Rozdziale X. Monitoring i ewaluacja. Powyższa analiza pozwoli na ocenę stopnia osiągnięcia planowanych rezultatów wynikających z założonych celów i przyjętych wskaźników oraz racjonalności wykorzystania budżetu. Monitorowanie osiągnięcia wskaźników realizacji działań komunikacyjnych odbywać się będzie na bieżąco na podstawie zbieranych danych dotyczących np. statystyk odwiedzin strony internetowej, list obecności, ilości godzin udzielonego doradztwa, liczby wniosków, ankiet, itd. (w zależności od wskaźnika).

Ewaluacja będzie miała na celu ocenę trafności zaplanowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu w stosunku do grup docelowych oraz założonych efektów (rezultatów) Planu komunikacji.

W przypadku stwierdzonego ewentualnego braku efektywności stosowanych narzędzi, LGD dokona korekty Planu komunikacji. O ile Zarząd LGD uzna zasadność i racjonalność proponowanych ulepszeń, zostaną wykorzystywane na dalszych etapach realizacji LSR i wprowadzone do Planu komunikacji. Zebrane wśród grup docelowych wnioski i opinie posłużą do ewentualnej korekty działań w planie komunikacji, aktualizacji strategii, zmiany sposobu pracy biura, świadczenia doradztwa, organizacji spotkań, itp.

IV. Indykatywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne ze wskazaniem głównych kategorii wydatków

W okresie 2024-2029 budżet związany z działaniami komunikacyjnymi wynosić będzie 180.000,00 **euro**. W podziale rocznym budżet Planu komunikacji przedstawia tabela poniżej:

Tabela. Budżet działań komunikacyjnych (w euro)

Budżet działań komunikacyjnych/ Rok realizacji LSR	2024	2025	2026	2027	2028	2029	RAZEM
Kampania informacyjna dot. założeń, realizacji i efektów LSR LGD Puszcza Knyszyńska	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	-	**25.000,00**
Kampania promocyjna dot. założeń, realizacji i efektów LSR LGD Puszcza Knyszyńska	-	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	9.000,00	**25.000,00**
Wsparcie doradcze i szkoleniowe	4.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	-	**40.000,00**
Kampania promocyjna dotycząca nawiązywania współpracy do realizacji projektów partnerskich i operacji w partnerstwie	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	-	**20.000,00**
Kampania społeczna na rzecz jakości życia i podniesienia aktywności grup w niekorzystnej sytuacji	-	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	**20.000,00**
Badanie dot. jakości życia na obszarze LGD	2.500,00	-	-	-	-	2.500,00	**5.000,00**

Profesjonalizacja kadr na rzecz efektywniejszej realizacji LSR	4.500,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	4.500,00	**45.000,00**
Łączny budżet działań komunikacyjnych	**20.000,00**	**35.000,00**	**35.000,00**	**35.000,00**	**35.000,00**	**20.000,00**	**180.000,00**

Źródło: Opracowanie własne.