

## Załącznik nr 7 do wniosku o wybór LSR.

### Plan komunikacji z lokalną społecznością

Systematyczne rozwijanie potencjału społeczności lokalnych do świadomego osiągnięcia celów Lokalnej Strategii Rozwoju Lokalna Grupa Działania „PRYM” zamierza uzyskać poprzez stworzenie warunków do ciągłego, systematycznego, aktywnego i szeroko rozumianego uczestnictwa społeczności lokalnych w bieżącym wdrażaniu LSR. Albowiem warunkiem skutecznego zaangażowania społeczności lokalnej w realizację LSR jest skuteczna obustronna komunikacja. Planowane działania mają na celu skutecznie zachęcić i wzbudzić zainteresowanie potencjalnych beneficjentów do aplikowania o środki PS WPR 2023-2027, zwiększając przy tym liczbę zrealizowanych operacji, co przyczyni się do wzrostu konkurencyjności i atrakcyjności obszaru Lokalnej Grupy Działania „PRYM”. Zaplanowane działania komunikacyjne dotyczą wszystkich EFSI finansujących LSR.

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

Z przeprowadzonej analizy potrzeb i problemów komunikacyjnych, które zostały zidentyfikowane podczas przeprowadzonych dyskusji na ten temat oraz wyniki badań ewaluacyjnych wskazują, że **LGD w latach 2015-2023 stosuje przyjazne dla odbiorców formy komunikacji**. Wg raportu z ewaluacji z 2023r. informacje na temat działań LGD mieszkańcy czerpią przede wszystkim z oficjalnej strony internetowej oraz portali społecznościowych; natomiast preferowaną formą przekazywania informacji zwrotnej jest ankieta elektroniczna, kontakt mailowy lub telefoniczny. **70% mieszkańców obszaru zna Lokalną Grupę Działania „PRYM”**. Najwięcej osób dowiedziało się o istnieniu LGD za sprawą jej działań – obserwując je lub bezpośrednio w nich uczestnicząc. Często wskazywanym źródłem informacji były również instytucje publiczne tj. urząd, szkoła, PUP. Mieszkańcy bardzo dobrze i dobrze ocenili: współpracę z innymi LGD (80%), prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dla mieszkańców (85%), informowanie członków LGD o funkcjonowaniu LGD (80%), pozyskiwanie dodatkowych funduszy zewnętrznych (81%), przeprowadzenie naborów wniosków (81%), prowadzenie doradztwa (87%). Aż 80% ankietowanych uważa, że łatwo jest umówić się na spotkanie z pracownikami biura LGD. Aż 83% ankietowanych uważa, że odpowiedzi na wiele pytań można uzyskać telefonując do biura LGD. Aż 84% ankietowanych uważa, że strona internetowa zawiera aktualne informacje. Aż 88% ankietowanych uważa, że godziny pracy biura LGD są dogodne dla klientów. Mieszkańcy obszaru czerpią informacje na temat funkcjonowania Lokalnej Grupy Działania „PRYM” przede wszystkim z oficjalnej strony internetowej (33%) oraz portali społecznościowych (30%). Często źródłem informacji są również kontakty bezpośrednie z pracownikami Biura (24%), jak i z władzami LGD (21%), informacja bezpośrednia w biurze LGD (14%), szkolenia dla potencjalnych beneficjentów, warsztaty, imprezy (11%), ogłoszenia na tablicach informacyjnych (5%), Walne Zebranie Członków LGD (5%). **Wszystkie zebrane wnioski zostały wzięte pod uwagę, przy opracowaniu planu komunikacji**.

**Doradztwo Biura LGD:** Ogłaszanie i prowadzenie konkursów wiąże się z obowiązkiem udzielania bezpłatnego doradztwa. Oferowane jest ono wszystkim wnioskodawcom i zdecydowana większość z nich z przywileju tego korzysta. Sposobem na zmotywowanie nieprzekonanych są dodatkowe punkty za uczestnictwo w doradztwie, przyznawane w ramach oceny wniosku. Dodatkowe 5 punktów otrzymują ci z wnioskodawców, którzy współpracowali z doradcą nad wnioskiem o przyznanie pomocy. Dzięki temu rozwiązaniu wnioski składane do LGD są znacznie lepszej jakości i dają większą szansę na realizację i końcowe rozliczenie. Rokrocznie LGD „PRYM” przeprowadzała po kilkadziesiąt porad rocznie. Największym zainteresowaniem cieszyły się porady udzielane podczas spotkań bezpośrednio w Biurze LGD „PRYM”, na drugim miejscu była to rozmowa telefoniczna z pracownikiem Biura LGD.

Zgodnie z zapisami strategii, w założonym planie komunikacji na lata 2015-2023, bezpośrednio po świadczonej usłudze doradczej prowadzone są badania satysfakcji. Wyniki satysfakcji są bardzo wysokie. W skali 6 punktowej, wybierane są zazwyczaj dla wszystkich badanych wskaźników pozycje: 5, 6. Wskaźniki usług doradczych oceniane są również bardzo wysoko. Badani wskazują, że treści przekazywane są w prosty, przejrzysty oraz rzeczowy sposób. Przydatność uzyskanych informacji przez wnioskodawców uzyskało najwyższe oceny. Również ocena poziomu obsługi doradztwa (życzliwość, uprzejmość) w przeważającej ilości uzyskało ocenę bardzo wysoką.

Na zadane pytanie „Który z kanałów przekazywania informacji zwrotnej od społeczności do LGD byłby dla Pani/Pana najbardziej odpowiedni?” mieszkańcy najczęściej wskazywali ankietę elektroniczną (30%) jako kanał

przekazywania informacji zwrotnej od społeczności do LGD „PRYM”. Kolejne preferowane formy to kontakt telefoniczny (23%) lub mailowy (20%), kontakt bezpośredni z przedstawicielem LGD (19%), czat (16%), panel dyskusyjny po zakończeniu spotkań (10%). Tradycyjna papierowa ankieta znalazła się na ostatnim miejscu (5%).

Osoby biorące udział w badaniu zadeklarowały, iż czerpią informacje o potrzebach mieszkańców przede wszystkim z: bezpośrednich rozmów (38%), własnego doświadczenia (31%), rozmów z samorządowcami, członkami organizacji pozarządowych (25%), Internetu (19%), mediów (13%). Najmniej osób sięga po badania społeczne lub analizy gospodarcze (5%).

Nabory wniosków ogłaszane przez LGD „PRYM” w większości przypadków wpisywały się w potrzeby mieszkańców (73%). Ankietowani zadeklarowali, iż wnioski pomogły w rozwiązywaniu problemów społecznych. Najlepiej ocenione zostały wkład w rozwiązanie problemów związanych z potrzebą promocji obszaru (76%), rozwoju aktywności społecznej mieszkańców (73%), potrzebą rozwoju infrastruktury społecznej i kulturalnej (71%), potrzebą zachowania dziedzictwa lokalnego (71%), potrzebą rozwoju infrastruktury turystycznej, sportowej i rekreacyjnej (71%), potrzebą zakładania i rozwijania działalności gospodarczej (71%).

**Ponad 80% badanych uważa, iż środki finansowe przeznaczone na wdrażanie Lokalnej Strategii Rozwoju w latach 2016-2022 zostały wydane efektywnie, z korzyścią dla społeczności.** Przeciwnego zdania jest zaledwie 3% ankietowanych.

**Celem ogólnym planu komunikacji LSR LGD „PRYM” na lata 2023-2027** jest promowanie LSR, a tym samym Planu Strategicznego dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-2027, który odzwierciedla cele Polityki Spójności Unii Europejskiej na lata 2021-2027 zwłaszcza wśród mediów i ogółu mieszkańców Lokalnej Grupy Działania „PRYM” oraz rozpowszechnianie informacji o możliwościach wsparcia przewidzianych w Lokalnej Strategii Rozwoju wśród potencjalnych Beneficjentów, którzy będą mogli ubiegać się o przyznanie dotacji w ramach Funduszy Europejskich. Planowane działania mają wzbudzić zainteresowanie oraz zachęcić potencjalnych Beneficjentów do aplikowania o środki, zwiększając liczbę zrealizowanych inwestycji, a przez to wzmocnić konkurencyjność oraz atrakcyjność obszaru Lokalnej Grupy Działania „PRYM”. Celem działań jest ponadto utrwalenie i pogłębienie akceptacji i przychylności mieszkańców obszaru Lokalnej Grupy Działania „PRYM” dla istnienia samych Funduszy Unijnych oraz skutków ich działania w poszczególnych gminach. Cel ogólny działań informacyjno-promocyjnych realizowany jest poprzez wszystkie gminy partnerskie tworzące LGD „PRYM”.

#### **Cel ogólny jest realizowany poprzez następujące cele szczegółowe:**

- 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 Instytucję Zarządzającą oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR 2023-2027,
- poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD „PRYM” oraz LSR: głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach,
- poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów obejmujące również kwestie zastosowania kryterium innowacyjności, w tym np. o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR,
- wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji projektów i rozliczania poprzez profesjonalne doradztwo, szkolenia i pomoc na każdym etapie realizacji projektów oraz pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD - ze szczególnym uwzględnieniem grup osób w niekorzystnej sytuacji, o ocenie prowadzonych przez LGD działań, w tym ocenie procesu wdrażania LSR oraz problemach związanych z aplikowaniem o środki w ramach LSR,
- poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji,
- pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości świadczonego przez LGD doradztwa,
- poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR, w tym stopniu osiągnięcia celów i wskaźników oraz efektach wdrażania LSR w całym okresie programowania ze wskazaniem innowacji kreatywnych lub imitujących, w tym innowacji w kontekście lokalnym i regionalnym,
- animowanie do wdrażania innowacji, w tym innowacji w kontekście lokalnym i regionalnym,
- poinformowanie o tematyce oraz o terminach działań tj. szkolenia, warsztaty, spotkania konsultacyjne itp. realizowanych w ramach Komponentu Zarządzanie LSR,

- zwiększenie poziomu świadomości i wiedzy mieszkańców na temat korzyści z członkostwa w Unii Europejskiej dla gmin obszaru LGD, uzyskiwanych dzięki napływowi Funduszy Europejskich,
- promocja dobrych praktyk osiąganych w innych regionach kraju lub za granicą, prezentowana z założeniem ich oddziaływania na kolejne operacje zgłaszane do LGD,
- wzmocnienie pozytywnego wizerunku Lokalnej Grupy Działania „PRYM”, jako organizacji efektywnie wykorzystującej szanse stwarzane przez członkostwo Polski w Unii Europejskiej,
- budowanie pozytywnego wizerunku Lokalnej Grupy Działania „PRYM” wśród mieszkańców obszaru poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania oraz o efektach realizacji Lokalnej Strategii Rozwoju oraz bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji,
- utrwalenie spójnego systemu identyfikacji wizualnej Lokalnej Grupy Działania „PRYM” oraz Funduszy Europejskich,
- wzrost poziomu świadomości i wiedzy mieszkańców na temat korzyści z członkostwa w UE dla obszaru LGD dzięki zrealizowanym w ramach strategii projektom i bezpośrednim korzyściom wynikającym z ich realizacji,
- zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność Lokalnej Grupy Działania „PRYM”,
- włączanie mieszkańców w proces podejmowania decyzji, skutkujące aktywnym i ciągłym uczestnictwem społeczności lokalnej w bieżącym wdrażaniu LSR,
- animowanie, komunikowanie i informowanie lokalnej społeczności o możliwości udziału w działaniach na rzecz ludzi młodych, seniorów oraz osób w niekorzystnej sytuacji lub o możliwości korzystania z efektów tych działań,
- wsparcie i dialog z lokalnymi liderami, którzy dzięki zaangażowaniu przyczyniają się do rozwoju obszaru partnerstwa LGD „PRYM” i osiągnięcia założonych celów LSR,
- analiza zastosowanych działań komunikacyjnych.

W pracach nad opracowaniem planu komunikacji uwzględniono głos mieszkańców obszaru, w tym młodzieży i seniorów, przekazany m.in. w prowadzonych badaniach oraz na spotkaniach. W tworzeniu dokumentu wykorzystano również doświadczenia wdrażania LSR z poprzednich okresów programowania na lata 2007-2013 i 2014-2020, w tym informacje pozyskane od interesariuszy podczas kontaktów bezpośrednich.

Z bardzo pozytywnym odbiorem wśród wnioskodawców spotyka się publikacja poradników dla beneficjentów, które stanowią wyciąg najważniejszych informacji związanych z możliwością uzyskania pomocy. Wydawnictwo znacząco ułatwia pracę z beneficjentem, co jest podstawą do ujęcia tego zadania w planie komunikacji w latach 2023 -2027, z tym że główny nacisk zostanie skierowany na publikację w wersji elektronicznej. Poradnik wydrukowany będzie w minimalnej ilości sztuk, z przeznaczeniem dla **seniorów** oraz **osób wykluczonych cyfrowo**.

Działania, które LGD wykorzysta w planie komunikacji zapewniają interakcję i aktywizację mieszkańców, z uwzględnieniem grup w niekorzystnej sytuacji oraz młodzieży i seniorów, gwarantują możliwie szeroki udział społeczności lokalnej oraz są, co do zasady, otwarte. Działania komunikacyjne są dostosowane do grup docelowych, w taki sposób, aby były skuteczne i efektywne oraz zapewniały informację zwrotną. Takie działania wpłyną jednocześnie na wzrost lokalnego kapitału społecznego, powstającego w warunkach wzajemnego zaufania, w wyniku wspólnych działań, wzajemnych interakcji i aktywnej współpracy osób i podmiotów. Kilkuletnią mobilizację i aktywność społeczną LGD zamierza utrzymać poprzez różnorodne, intensywne oraz długofalowe działania informacyjno - promocyjne mające również charakter edukacyjny.

## **II. Opis działań komunikacyjnych i grup docelowych oraz środków przekazu, w tym działań podejmowanych w przypadku problemów z realizacją Lokalnej Strategii Rozwoju, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez Lokalną Grupę Działania „PRYM”**

Powyższe cele zostaną osiągnięte poprzez intensywne, różnorodne i długofalowe działania informacyjno – promocyjne i konsultacyjne, które zostaną dostosowane do fazy wdrażania LSR oraz rodzajów beneficjenta i odbiorców. Odpowiednio dobrane zostaną również środki przekazu w tym środki komunikacji. Podejmowane działania zostaną szczegółowo zaplanowane, w przypadku większych kampanii będą podzielone na etapy.

### Główne działania komunikacyjne oraz odpowiadające im środki przekazu:

1. **Świadczenie usług doradczych i przekazywanie informacji:** punkt informacyjno-doradczy będzie funkcjonował w biurze LGD. Usługi będą świadczone przez pracowników biura osobiście i telefonicznie. Biuro

czynne będzie 5 dni w tygodniu od poniedziałku do piątku w godzinach od 8.00 do 16.00. W uzasadnionych przypadkach po wcześniejszym umówieniu będzie możliwe skorzystanie z usługi w innych godzinach tak, aby każdy zainteresowany mógł skorzystać z usługi doradczej. W biurze będzie prowadzona lista doradca, usługi świadczone telefonicznie będą rejestrowane na odrębnej liście. Podczas prowadzonych naborów będą świadczone usługi doradcze związane z przygotowaniem wniosków i załączników, co będzie punktowane na etapie oceny wniosków przez Radę LGD (kryteria). Specjalistycznym wsparciem doradczym zostaną objęci beneficjenci realizujący i rozliczający projekty. Dla osób, które nie będą mogły osobiście wziąć udziału w konsultacjach będzie stosowany system e-konsultacji, który będzie się odbywał za pośrednictwem e-maila lub Messengera: zapytanie – odpowiedź, konsultacja wniosku o dofinansowanie, przesyłanie uwag i sugestii do LGD, odpowiedź zwrotna ze strony LGD. Informacja o funkcjonowaniu punktu informacyjno–doradczego zostanie zamieszczona na stronie LGD, profilu społecznościowym oraz przekazana partnerskim gminom.

2. **Wykorzystanie Internetu:** w ramach działania będzie prowadzona i aktualizowana strona internetowa oraz profil na portalu społecznościowym Facebook. Na stronie będą zamieszczane informacje dot. działań podejmowanych przez LGD, informacje na temat aktualnych dokumentów, programu i oferowanego wsparcia, harmonogram naboru wniosków o dofinansowanie, ogłoszenia o naborach wniosków wraz z dokumentacją konkursową i wynikami naborów. Na stronie i Facebooku będą umieszczane dokumenty poddawane konsultacjom społecznym w tym LSR. Dodatkowo zamieszczone zostaną informacje o zrealizowanych projektach jako dobre praktyki. Aby usprawnić komunikację z mieszkańcami w tym z grupami w niekorzystnej sytuacji będą tworzone bazy e-mail. Dane pozyskane zostaną na podstawie wiedzy własnej LGD (dotychczasowe kontakty) oraz poprzez zgłaszanie się zainteresowanych uczestników i wyrażanie zgody na umieszczenie ich danych w bazie i prowadzenie z nimi komunikacji. Podczas przedsięwzięć realizowanych przez LGD będzie przekazywana informacja o możliwości dopisania się do bazy kontaktowej. Bazy danych będą przechowywane zgodnie z polityką bezpieczeństwa i Ustawą o ochronie danych osobowych. Na stronie internetowej i profilu społecznościowym będą zamieszczane relacje z wydarzeń organizowanych przez LGD oraz z realizacji projektów. Będą również zamieszczane informacje bieżące dotyczące funkcjonowania LGD. Nowością będzie utworzenie profilu społecznościowego na Facebooku o roboczej nazwie „Młody PRYM”. Będzie to kanał komunikacyjny z młodymi osobami, na którym będą planowane wspólne inicjatywy. Nowością będzie również organizacja półrocznych spotkań zdalnych pn. Wieści z PRYMu. LGD będzie zamieszczało link do spotkania na swojej stronie internetowej, profilu Facebook oraz prześle link partnerskim gminom. Spotkanie będzie dedykowane mieszkańcom obszaru i będzie dotyczyło podsumowania działań LGD, w tym wdrażania LSR, planów na kolejny okres w tym planowanych naborów, wydarzeń, konkursów. Podczas wydarzenia mieszkańcy będą mogli zgłaszać swoje pomysły i inicjatywy. Strona internetowa będzie również zawierała informacje o obszarze w tym partnerskich gminach, produktach lokalnych, atrakcjach turystycznych, szlakach rowerowych, produktach sieciowych. Podczas badań prowadzonych wśród mieszkańców najwięcej osób jako najskuteczniejsze źródło informacji zaznaczyło Internet (strona, profil społecznościowy).
3. **Przygotowanie i wydruk materiałów informacyjnych i promocyjnych:** działanie będzie służyło przekazywaniu informacji na temat wdrażania LSR, planowanych naborach i wydarzeniach oraz zachęceniu do aktywności i włączenia się w proces realizacji LSR. Będą to ogłoszenia, plakaty itp. Nacisk zostanie położony na system wizualizacji zgodnie z księgą wizualizacji. W materiałach informacje zostaną zamieszczone w sposób przejrzysty i zrozumiały dla mieszkańców. Materiały promocyjne poświęcone będą zasobom terenu LGD wykorzystanym pod kątem turystycznym i przedsiębiorczości. Materiały będą dystrybuowane bezpłatnie w biurze, na wydarzeniach organizowanych przez LGD oraz poprzez partnerskie gminy.
4. **Współpraca z mediami:** działanie będzie polegało na przekazywaniu lokalnym mediom informacji, aktualności z LGD, informacje o naborach, szkoleniach i innych przedsięwzięciach organizowanych przez LGD. Ponadto dziennikarze mediów lokalnych i regionalnych – prasa, radio, telewizja będą informowani i zapraszani na wszystkie ważne wydarzenia.
5. **Organizacja spotkań informacyjnych, szkoleń, seminariów konferencji, warsztatów:** realizacja działań z tej grupy będzie polegała głównie na upowszechnianiu informacji na temat celów LSR oraz zasad ich wdrażania, informowaniu o możliwościach uzyskania dofinansowania w ramach LSR, procedurach składania wniosków, zasadach realizacji projektów, informowaniu o kryteriach oceny i wyboru projektów, obowiązujących procedurach, informowaniu o postępach we wdrażaniu LSR, przekazywaniu materiałów informacyjnych

- i promocyjnych oraz dokumentów związanych z aplikowaniem o środki, a także uzyskiwaniu ewentualnej informacji zwrotnej od społeczności lokalnej. Działania będą rozlokowane na terenie wszystkich gmin należących do LGD. Celem działań jest dotarcie do jak największej grupy potencjalnych beneficjentów, zwiększenie ilości i podniesienie jakości składanych i realizowanych projektów oraz dostarczenie specjalistycznej wiedzy niezbędnej do prawidłowej ich realizacji. Komunikaty pod kątem treści i języka zostaną dostosowane do grupy docelowej. Część spotkań i warsztatów będzie organizowana w godzinach popołudniowych oraz w weekendy, tak by nie dyskryminować osób pracujących i umożliwić im skorzystanie z oferty. Część wydarzeń będzie dotyczyła promocji zasobów obszaru, aktywności społecznej, podnoszenia wiedzy i kompetencji mieszkańców w tym młodzieży, seniorów oraz grup osób w niekorzystnej sytuacji. Podczas wydarzeń mieszkańcy będą zachęceni do zgłaszania pomysłów i inicjatyw (ankieta na koniec spotkania).
6. **Organizacja wydarzeń, imprez, konkursów, wyjazdów studyjno – szkoleniowych:** w ramach działania będą organizowane otwarte wydarzenia promocyjne, których motywem przewodnim będą zasoby obszaru LGD, w tym produkty lokalne, produkty turystyczne, dziedzictwo kulturowe, historyczne czy przyrodnicze. Inne przedsięwzięcia będą kierowane do młodzieży, lokalnych liderów i seniorów oraz grup w niekorzystnej sytuacji. Wyjazdy studyjno – szkoleniowe będą organizowane w celu prezentacji dobrych praktyk w rozwoju obszarów wiejskich oraz zachęceniu mieszkańców do wdrożenia innowacji i nowych rozwiązań na obszarze LGD.
  7. **Przygotowanie i wykonanie nośników informacji i gadżetów:** które stanowią popularną metodę promocji oraz utrwalenie elementów graficznych w pamięci odbiorcy. W ramach nośników przygotowane zostaną materiały wizualizacyjne, które używane będą podczas realizacji przedsięwzięć. W ramach gadżetów zostaną przygotowane m.in. notatniki, długopisy, torby, kubki, itp. Produkty będą dystrybuowane bezpłatnie podczas przedsięwzięć organizowanych przez LGD oraz w konkursach jako dodatek do nagrody.
  8. **Spotkanie on -line „Wieści z PRYMu”:** spotkania zdalne będą organizowane dla mieszkańców obszaru w celu podsumowania informacji o minionych wydarzeniach, planowanych inicjatywach w tym naborach wniosków oraz zebrania informacji od mieszkańców o pomysłach, nowych inicjatywach i problemach zwłaszcza dotyczących realizacji LSR. Na stronie LGD, w mediach społecznościowych oraz poprzez gminy i lokalnych liderów będzie przekazywany link do spotkania. Zastosowanie takiego sposobu komunikacji będzie nowością w stosunku do poprzedniego okresu programowania. Działanie włączy większą liczbę mieszkańców w realizację LSR zwłaszcza grupy w niekorzystnej sytuacji, osoby wykluczone, osoby posiadające mało czasu. Ze spotkania będzie przygotowana notatka, która będzie umieszczana na stronie internetowej wraz z prezentacją nowych pomysłów i inicjatyw oraz informacją czy możliwe jest ich wdrożenie. Jeśli mieszkańcy będą zgłaszali zapotrzebowanie spotkania będą realizowane częściej
  9. **Utrzymywanie kontaktu z łącznikami gmin i lokalnymi liderami** - w ramach zdania będą przekazywane informacje łącznikom gmin (osoba odpowiedzialna za kontakt z LGD), sołtysom i lokalnym liderom o działaniach LGD. Zostanie zawiązana współpraca dotycząca dialogu ze społecznością lokalną. Osoby odpowiedzialne za swoją miejscowość/ gminy będą przekazywały informacje w postaci ogłoszenia przy sklepie, szkole, kościele, na tablicy ogłoszeń oraz będą wysyłały kartki z informacją od domu do domu (kartka po wsi). Osoba taka będzie mogła także przekazywać ewentualną informację zwrotną od mieszkańców do LGD. Wprowadzony zostanie również system powiadamiania osób - liderów, sołtysów, radnych poprzez sms, e-mail. Na potrzeby komunikacyjne zostanie stworzona baza danych takich osób.
  10. **Badanie satysfakcji:** badanie będzie służyło zebraniu opinii mieszkańców o procesie wdrażania LSR, problemach w sięganiu po środki w ramach budżetu LSR oraz zastosowanych metodach komunikacyjnych. W tym celu będą prowadzone badania ankietowe po każdym wydarzeniu. Raz w roku będzie prowadzone badanie elektroniczne (ankieta elektroniczna), która będzie dostępna na stronie LGD oraz link do niej będzie zamieszczony na profilu społecznościowym, oraz przesłany drogą e-mail do gmin, łączników i lokalnych liderów. Dodatkowo analiza efektywności działań komunikacyjnych oraz zastosowanych środków przekazu odbywać się będzie poprzez okresowe (nie rzadziej niż raz w roku) monitorowanie osiągnięcia wskaźników realizacji działań komunikacyjnych. Monitoring oparty będzie o zbierane na bieżąco raporty administratora strony internetowej LGD, listy obecności, liczby złożonych projektów, ilości godzin udzielonego doradztwa itd., stosownie do charakteru danego wskaźnika. Z przeprowadzonych badań przygotowywany będzie raport i w razie konieczności będą wprowadzane zmiany naprawcze.



Powyższe cele zostaną osiągnięte poprzez intensywne, różnorodne i długofalowe działania informacyjno - promocyjne, których ważnym elementem będą kampanie:

- promocyjno - wizerunkowe, skierowane do lokalnych i regionalnych mediów, mieszkańców, dotychczasowych i potencjalnych Beneficjentów,
- informacyjne, adresowane do konkretnych grup potencjalnych Beneficjentów, uprawnionych do korzystania ze środków Unii Europejskiej.

#### Treść komunikatów dostosowana będzie do prowadzonych działań promocyjnych:

- informacyjne – tj. treści pozbawione emocji, czyli czysto fachowe i informacyjne, narzędzia: biuletyn, ulotki,
- wizerunkowe – reklama na materiałach promocyjnych, promująca styl, elegancję i profesjonalizm,
- perswazyjne – reklamy w telewizji lokalnej, radiowe, prasowe, na plakatach, na portalach społecznościowych.

LGD „PRYM” dołoży wszelkich starań, aby udział społeczności lokalnych i wyodrębnionych z niej poszczególnych grup adresatów – interesariuszy w procesie komunikacji było możliwie szeroki i co do zasady otwarty.

#### Głównymi grupami docelowymi działań komunikacyjnych są:

1. Wnioskodawcy/Beneficjenci LSR: są to osoby, podmioty, które złożyły już swoje projekty w ramach ogłoszonych konkursów przez LGD lub są już na etapie wdrażania projektu i jego rozliczania. Komunikat kierowany do tej grupy odbiorców musi być najbardziej rozbudowany i specjalistyczny, a jednocześnie powinien odpowiednio aktywizować beneficjenta, motywować do dalszego działania, w tym składania wniosków w kolejnych naborach. Informacja zwrotna od tej grupy odbiorców, w tym ich opinia nt. realizacji LSR będzie uzyskiwana podczas bezpośredniego kontaktu z biurem LGD oraz poprzez ankiety. Wybrane formy komunikacji dla tej grupy to doradztwo, szkolenia i spotkania informacyjne. Ważny będzie sam moment przekazania informacji o naborach i tu wybrano Internet, informacje przekazywane przez gminy, łączników, lokalnych liderów i sołtysów. Wybór tych narzędzi jest konsekwencją dotychczasowych 18 lat doświadczeń LGD „PRYM“ oraz wynika z konsultacji społecznych, na których zwrócono uwagę na mocniejsze wykorzystanie Internetu.

2. Potencjalni wnioskodawcy/Beneficjenci LSR: to do nich kierowana będzie większość działań komunikacyjnych. Informacja kierowana do tych grup powinna mieć przede wszystkim charakter motywujący do składania wniosków w konkursach oraz udziału w spotkaniach aktywizacyjnych i szkoleniowych oraz przedstawiać przykłady dobrych praktyk i zmian na obszarach wiejskich dokonywane w efekcie realizacji strategii. Opinia tej grupy na temat LSR będzie się kształtowała w pierwszej kolejności na podstawie organizowanych kampanii informacyjnych, spotkań, konferencji czy szkoleń, jak również na podstawie bezpośrednich kontaktów z pracownikami biura LGD. Potencjalni beneficjenci to m. in.:

- mieszkańcy obszaru wdrażania LSR, w tym osoby w niekorzystnej sytuacji: osoby z niepełnosprawnościami i ich opiekunowie, kobiety, migranci, rolnicy z małych gospodarstw, osoby poszukujące zatrudnienia np. mieszkańcy osiedli po-PGR, spółdzielniach i kółkach rolniczych,
- rolnicy,
- przedsiębiorcy: mikro i małe przedsiębiorstwa,
- organizacje pozarządowe,
- jednostki samorządów terytorialnych oraz ich związki i jednostki organizacyjne,
- jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej, którym ustawy przyznają zdolność prawną.

Dodatkowo, mając na uwadze rolę LGD w procesie włączenia społecznego, szczególny nacisk położony jest na potrzeby seniorów (osoby, które ukończyły 60 roku życia) i ludzi młodych (do 25 roku życia):

- ✓ **Seniorzy** – przekazywane będą informacje o realizowanych przez LGD działaniach oraz ogłaszanych naborach (granty). Grupa ta zostanie objęta wsparciem warsztatowym z zakresu animacji i włączenia cyfrowego. Jest to liczna i aktywna grupa, która uczestniczyła w konsultacjach (najwięcej seniorów odwiedziło punkt konsultacyjny zgłaszając pomysły i inicjatywy). Wybrany sposób komunikacji to informacje przekazywane lokalnym liderom, sołtysom i gminom oraz spotkania bezpośrednie w świetlicach wiejskich. Wśród samych seniorów jest wielu

lokalnych liderów (przedstawiciele KGW, klubów seniora, zespołów ludowych). Przedstawiciele seniorów znajdują się również w Zarządzie i Radzie LGD.

- ✓ **Ludzie młodzi, młodzież** – przekazywane będą informacje o realizowanych przez LGD działaniach. Grupa ta zostanie objęta wsparciem warsztatowym dotyczącym podniesienia kompetencji, wiedzy i włączenia społecznego. Wybrany przez tą grupę sposób komunikacji to Internet: strona, profil społecznościowy Młody PRYM, Messner, kontakt sms, który będzie przekazywany dalej. Grupa ta zwróciła uwagę na organizowanie spotkań w szkołach. Grupa ze swojej strony deklaruje włączenie się w sprawy LGD m.in. pomoc w organizacji wydarzeń, uczestniczenie w spotkaniach z seniorami, wsparcie działań z zakresu ochrony środowiska. Komunikacja z tą grupą jest wyzwaniem dla LGD, ponieważ w większości przypadków są to osoby niepełnoletnie, które wymagają szczególnej uwagi. Dodatkowo młode osoby poważnie traktują ustalone plany i złożone obietnice i konieczne skuteczne działanie, aby się z nich wywiązać.

3. Grupy defaworyzowane: ludzie młodzi do 25 r.ż., seniorzy powyżej 60 r.ż. oraz osoby w niekorzystnej sytuacji: kobiety, osoby z niepełnosprawnościami i ich opiekunowie, rolnicy z małych gospodarstw rolnych i ich domownicy, imigranci, osoby poszukujące zatrudnienia, w tym mieszkańcy osiedli po-PGR: Działania skierowane do tej grupy będą mieć charakter informacyjny i motywujący do podjęcia działań m.in. w kierunku podjęcia zatrudnienia. Działania skierowane do tej grupy to głównie spotkania informacyjne oraz warsztaty i szkolenia, a także komunikaty zachęcające do podjęcia aktywności udostępnione w miejscach ogólnodostępnych m.in.: tablice ogłoszeń, kurendy.

4. Społeczność lokalna, mieszkańcy obszaru LGD: Przekazana będzie informacja o Planie Strategicznym Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-2027 oraz Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność (LSR) na lata 2023-2027 dla obszaru LGD „PRYM” - informacje o możliwości pozyskania wsparcia, działaniach realizowanych przez LGD, efektach wdrażania LSR, dobrych praktykach. Zachęcanie do włączenia się w realizację LSR, animowanie do podejmowania własnych inicjatyw, przekazywania pomysłów do LGD. Ze względu na wielkość grupy wypracowany zostanie system powiadamiania poprzez: łączników gmin (przedstawiciel partnerskiej gminy odpowiedzialny za kontakty z LGD i przekazywanie informacji społeczności), sołtysów (baza e-mail sołtysów), lokalnych liderów (baza e-mail, baza telefoniczna). Podczas konsultacji społecznych LGD przeprowadziła badanie ankietowe z członkami LGD i mieszkańcami, z którego wynika, że członkowie jako najlepszą formę komunikacji wybrali kontakt telefoniczny i e-mail, natomiast mieszkańcy wskazali jako najlepsze źródło informacji stronę internetową oraz profil społecznościowy. Do tej grupy zostanie również skierowana informacja za pośrednictwem Internetu poprzez realizację spotkań on-line Wieści z PRYMu. Ważne jest skuteczne poinformowanie mieszkańców, włączenie i animowanie oraz zachęcenie do włączenia się w proces wdrażania LSR a także pozyskanie informacji zwrotnej o ocenie funkcjonowania LGD.

5. Środki masowego przekazu: Celem działań skierowanych do środków masowego przekazu jest upowszechnienie informacji o działaniach wdrażanych przez Lokalną Grupę Działania „PRYM” w ramach RLKS, o stanie wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju, efektach tych działań, o zrealizowanych projektach, dobrych praktykach.

Zaplanowano działania, które będą podejmowane w przypadku problemów z realizacją Lokalnej Strategii Rozwoju oraz niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez Lokalną Grupę Działania: W planie komunikacji przewidziane są działania w celu pozyskania informacji o funkcjonowaniu Lokalnej Grupy Działania i realizacji Lokalnej Strategii Rozwoju. Dane będą zbierane w formie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy w zakresie komunikacji interpersonalnej. Dodatkowe informacje zbierane będą podczas działań informacyjnych o zasadach i efektach LSR skierowane do potencjalnych wnioskodawców oraz mieszkańców. Pozyskane w ten sposób informacje zostaną wykorzystane do aktualizacji LSR, zmiany procedur oraz ewentualnej zmiany funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy biura. W sytuacji zaistnienia problemów z wdrażaniem LSR, a także potencjalnego pojawienia się sytuacji niesatysfakcjonującej wdrożone zostaną środki zaradcze, co przedstawia poniższa tabela nr 1.

**Tabela nr 1. Realizacja planu komunikacji – zagrożenia i środki zaradcze**

Zagrożenie	Środki zaradcze
Duża liczba 9 gmin zaangażowanych w działania informacyjno - promocyjne, co może prowadzić do trudności w komunikacji.	Wprowadzenie jasnych zasad podziału pomiędzy działaniami typowo promocyjnymi, a informacyjnymi.
Brak zaufania mieszkańców obszarów wiejskich do instytucji zajmującej się Funduszami Unijnymi i przekonanie o ich niedostępności.	Bezpośrednie kontakty mieszkańców z przedstawicielami instytucji odpowiedzialnych za wdrażanie LSR, szkolenia dla beneficjentów.
Wykorzystywanie kwestii Funduszy Unijnych do celów politycznych.	Wzajemna kontrola instytucji i gmin zaangażowanych we wdrażanie Lokalnej Strategii Rozwoju.
Brak zrozumienia przekazu przez mieszkańców, beneficjentów i potencjalnych wnioskodawców: trudny język branżowy „projektowy”, zmiana zasad w stosunku do poprzedniego okresu programowania (nabyte nawyki).	Formułowanie komunikatów w sposób spójny i przejrzysty. Kierowanie przystępnych komunikatów sformułowanych prostym językiem, wskazanie na zmiany w stosunku do poprzedniego okresu programowania: dodatkowe spotkania, punkt doradczy.
Niewystarczająca liczba złożonych wniosków w naborze, małe zainteresowanie społeczności lokalnej pozyskiwaniem dofinansowania: lęk przed odpowiedzialnością finansową, mała wiara w powodzenie, obawa przed podejmowaniem ryzyka;	Wskazanie dobrych praktyk oraz korzyści płynących z pozyskania dofinansowania, dodatkowe szkolenia w zakresie warunków przyznawania pomocy na przedsięwzięcia, których alokacje nie zostały wyczerpane podczas naboru, w których udział wezmą byli beneficjenci, intensywniejsza, specjalistyczna pomoc punktu doradczego,
Małe zaangażowanie poszczególnych grup docelowych we wdrażanie Lokalnej Strategii Rozwoju podejściem LEADER	Wprowadzenie działań aktywizacyjnych ukierunkowanych na poszczególne grupy np. dla młodzieży - konkurs fotograficzny, literacki, dla seniorów - wizyty w klubach seniora, ogłoszenia parafialne, dla bezrobotnych – współpraca z PUP itd.
Duża liczba odrzuconych wniosków przez Samorząd Województwa na etapie weryfikacji - słaba jakość przygotowanych wniosków wynikająca z braku konsultacji w punkcie doradczym.	Świadczenie rozbudowanego, specjalistycznego doradztwa w formie e-konsultacji, co ułatwi potencjalnym beneficjentom korzystanie z usług doradczych biura LGD.
Nieprawidłowa realizacja projektów skutkująca niewypłaceniem środków.	Prowadzenie monitoringu podpisanych umów oraz utrzymywanie stałego kontaktu z beneficjentami i Samorządem Województwa w celu nadzoru nad prawidłową realizacją projektów. Ingerowanie w przypadku zagrożeń - pomoc doradcza oraz specjalistyczne szkolenia.
Niska frekwencja na szkoleniach i spotkaniach spowodowana niedogodnym terminem np. prace sezonowe polowe, praca zawodowa.	Szkolenia specjalistyczne i spotkania konsultacyjne będą organizowane w dwóch terminach do wyboru, aby były dogodnie dla uczestników.
Problemy zgłaszane przez beneficjentów na etapie realizacji projektów: bariery wynikające z braku doświadczenia, niezrozumienia dokumentów prawnych i braku orientacji w przepisach.	W przypadku problemu, który nie koniecznie musi zostać zgłoszony przez beneficjenta (obserwacje własne) będą organizowane spotkania robocze mające na celu objęcie specjalistyczną opieką pojedynczego beneficjenta i przeprowadzenie go przez najtrudniejsze etapy realizacji projektu.

Źródło: Opracowanie własne LGD.



Ważnym elementem badania m.in. poziomu wdrażania LSR, ale też jakości planu komunikacji jest **warsztat refleksyjny** będący elementem ewaluacji wewnętrznej on going. Rekomendacje na nim wypracowane będą wdrażane również w zakresie zmian w sposobie komunikacji.

### III. Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów tych działań

Podstawowym planowanym efektem działań komunikacyjnych jest pełna realizacja celów i założeń LSR, w tym wypełnienie założonych wskaźników i zapewnienie postępu finansowego. Aby móc je osiągnąć, należy odpowiednio przeprowadzić działania komunikacyjne skierowane do potencjalnych wnioskodawców, zachęcając ich do realizacji zaplanowanych w strategii przedsięwzięć.

Formą partnerstwa jest wspieranie współpracy z innymi podmiotami tj. animowanie podmiotów z obszaru Lokalnej Strategii Rozwoju do współpracy z innymi podmiotami, nie tylko z LGD, poprzez szkolenia, spotkania aktywizacyjne itp. Lokalna Grupa Działania „PRYM” zamierza wspierać realizację operacji realizowanych w partnerstwie, czego istotnym elementem jest kojarzenie partnerów.

#### Zakładane w planie komunikacji wskaźniki i przewidywane efekty to:

- 1) liczba artykułów zamieszczonych na stronie LGD – 1 szt. w ramach kampanii informacyjnej dotyczącej obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI; artykuł zostanie przygotowany w początkowej fazie wdrażania LSR i aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych; efektem takiego działania będzie poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI,
- 2) liczba artykułów na stronach internetowych i portalach społecznościowych – 6 szt., liczba informacji w mediach o zasięgu lokalnym – 6 szt., liczba publikacji Poradnika - 1 szt., liczba lekcji strategicznych - 2 szt. w ramach kampanii informacyjnej na temat głównych założeń LSR; efektem takiego działania będzie poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o Lokalnej Grupie Działania „PRYM” i Lokalnej Strategii Rozwoju,
- 3) liczba zorganizowanych spotkań informacyjno-szkoleniowych - 5 szt., warsztaty z zasad przygotowania i realizacji projektów obejmujących również kwestie zastosowania kryterium innowacyjności - 2 szt. w ramach informowania potencjalnych wnioskodawców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji podczas spotkań informacyjno-szkoleniowych; efektem takiego działania będzie podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji, w tym innowacyjnych,
- 4) liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie ewidencji udzielonego doradztwa - 300 osób, liczba szkoleń – 3 szt. w ramach informowania na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów; efektem takiego działania będzie podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów,
- 5) liczba artykułów na stronach internetowych - 10 szt., liczba informacji na portalach społecznościowych - 10 szt. w ramach kampanii informacyjnej na temat terminów przyjmowanych wniosków; efektem takiego działania będzie poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji,
- 6) liczba ankiet dystrybuowanych wśród wnioskodawców, potencjalnych wnioskodawców i beneficjentów - 100 szt. w ramach badania satysfakcji wnioskodawców, potencjalnych wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji; efektem takiego działania będzie uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych,
- 7) liczba baz dobrych praktyk na stronie internetowej LGD ze wskazaniem innowacji kreatywnych lub imitujących – 1 szt., liczba artykułów na stronach internetowych gmin członkowskich – 9 szt., liczba informacji na portalach społecznościowych – 5 szt., liczba konferencji – 1 szt. w ramach kampanii informacyjnej LGD nt. głównych efektów LSR; efektem takiego działania będzie poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o efektach realizacji LSR

w całym okresie; dodatkowym wzmocnieniem tego działania, będzie możliwość udostępniania dobrych praktyk z terenu kraju, co jest możliwe dzięki członkostwu LGD „PRYM” w Łódzkiej Sieci LGD oraz Polskiej Sieci LGD,

8) liczba warsztatów partycypacyjnych – 6 szt. w ramach warsztatów partycypacyjnych dot. działalności LGD i wdrażania LSR; efektem takiego działania będzie poinformowanie mieszkańców o postępach we wdrażaniu LSR oraz bieżącej działalności LGD, w tym zaktywizowanie i wzrost zaangażowania członków w prace LGD.

Wszystkie zakładane wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych zostały ujęte w tabeli nr 2 poniżej. Jednak na szczególną uwagę zasługują wskaźniki odnoszące się do potrzeb ludzi młodych, seniorów oraz osób w niekorzystnej sytuacji:

- liczba działań dot. wzmocnienia pozycji **ludzi młodych** na obszarach wiejskich – szt.,
- liczba działań dot. wsparcia zatrudnienia **ludzi młodych** i zatrzymania młodzieży w regionie – 6 szt.,
- liczba działań dot. wzmocnienia pozycji **seniorów** na obszarach wiejskich – 6szt.,
- liczba działań dot. wzmocnienia pozycji **osób w niekorzystnej sytuacji, w szczególności kobiet** na obszarach wiejskich – 6 szt.

W planie komunikacji zaplanowano również wskaźnik dotyczący animowania społeczności lokalnych do wdrażania innowacji na obszarach wiejskich: **liczba działań dot. wdrażania innowacji na obszarach wiejskich – 6 szt.**

W LSR i planie komunikacji przewidziano **działania integracyjno-aktywizujące kierowane do społeczności lokalnej**, które potwierdzają inkluzywny charakter działalności LGD. Należy tutaj rozumieć działania, które będą poszerzać i pogłębiać zaangażowanie lokalnej społeczności we wdrażanie strategii. Działania integracyjno-aktywizujące będą kierowane do społeczności lokalnej, a ich cele mogą być różnorodne: mogą integrować członków społeczności ze sobą (przeciwdziałać wykluczeniu społecznemu), mogą zachęcać do współpracy z LGD, do zaangażowania w projekty realizowane przez LGD „PRYM” w roli uczestników, wspierać osoby w powrocie na rynek pracy itp. Zaangażowanie członków społeczności w jej życie społeczne przełoży się na ich zaangażowanie we wdrażanie LSR; wsk.: **liczba działań integracyjno-aktywizujących kierowanych do społeczności lokalnej – 6szt.**

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

Efektywność działań komunikacyjnych będzie badana przy pomocy:

- 1) monitoringu oglądalności strony LGD, portalu społecznościowego,
- 2) ankiet prowadzonych na www lub w biurze LGD badających źródło wiedzy o LGD,
- 3) ilości wydrukowanych i rozdysponowanych publikacji,
- 4) informacji zwrotnej w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno – szkoleniowych,
- 5) ewidencji udzielonego doradztwa,
- 6) ankiety po przeprowadzonym szkoleniu, doradztwie,
- 7) informacji zwrotnej dotyczącej ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa,
- 8) liczby uczestników warsztatów.

Wnioski z badania efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu, wnioski oraz rekomendacje wypracowane podczas warsztatu refleksyjnego oraz bieżący monitoring postępów realizacji LSR pozwolą na wypracowanie ewentualnych środków zaradczych, o których jest mowa w części II planu komunikacji.

LGD zaangażowana we wdrażanie LSR jest zobligowana do regularnego prowadzenia badań ewaluacyjnych i oceny skuteczności prowadzonych działań komunikacyjnych pod kątem osiągnięcia planowanych efektów a także racjonalnego wykorzystania budżetu planu komunikacji. W związku z tym będą publikowane na stronie LGD te informacje w formie zestawień rocznych i końcowych. Ocena realizacji poszczególnych działań będzie dokonywana w oparciu o wskaźniki szczegółowo opisane w planie komunikacji. Ocena realizacji planu opierać będzie się na ocenie poszczególnych działań realizowanych w ramach planu, dokonywanych na podstawie ankiet oraz wyznaczonych wskaźników oceny skuteczności.

Wyniki działań realizowanych w ramach planu komunikacji będą upubliczniane za pomocą internetowych środków przekazu. Raporty z ewaluacji będą umieszczane do publicznej wiadomości na stronie internetowej LGD.

W przypadku, gdy uzyskane efekty nie są zadowalające, LGD „PRYM” wskaże sposób skorygowania planu komunikacji między innymi poprzez niezwłoczne ponowne przeprowadzenie kampanii informacyjnej czy kampanii promocyjno – wizerunkowej.

## **V. Indykacyjny budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem głównych wydatków**

Szacunkowe planowane koszty finansowania poszczególnych elementów planu komunikacji zostały uwzględnione w budżecie Lokalnej Grupy Działania w Komponentcie Zarządzanie LSR.

Wydatki na gadżety reklamowe i publikacje wymagające druku zostaną zminimalizowane. Ich poniesienie będzie uzasadnione jedynie w sytuacji, kiedy LGD zidentyfikuje grupę interesariuszy, do której nie można dotrzeć w inny sposób z planowanymi działaniami komunikacyjnymi. Zaplanowany przez LGD budżet na poszczególne działania komunikacyjne uwzględnia tabela nr 2 poniżej.

Szacowany budżet prowadzonych działań komunikacyjnych to **15 500 EURO**. Główne wydatki związane są z: utrzymaniem strony internetowej, organizacją szkoleń, warsztatów i spotkań oraz opracowaniem publikacji, wydruk ze względu na grupę docelową seniorzy. Szereg działań związanych z realizacją Planu Komunikacji będą prowadzili członkowie LGD oraz pracownicy Biura LGD „PRYM” w ramach obowiązków służbowych, co nie będzie generowało dodatkowych kosztów. Komunikacja ze społecznością lokalną prowadzona jest także na bieżąco poza planem komunikacji (formalna i nieformalna), co jest efektem 18 lat wspólnej pracy na rzecz obszaru LGD.

Plan Komunikacji finansowany będzie z **PS WPR 2023-2027**. Wysokość środków przeznaczonych na jego realizację będzie na bieżąco weryfikowana.

Tabela nr 2. Plan komunikacji Lokalnej Strategii Rozwoju Lokalnej Grupy Działania "PRYM" na lata 2023-2027.

Budżet i źródło finansowania	Cel komunikacji	Działanie komunikacyjne	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki		Planowane efekty	Częstotliwość monitoringu i ewaluacji
					Jednostka miary	Wartość		
1 000 EUR PS WPR Zarządzanie LSR	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 dot. obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jsfp, mieszkańcy obszaru, <b>w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji</b>	informacje na oficjalnej internetowej stronie LGD	liczba artykułów	1 szt.	poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI	bieżące monitorowanie oglądalności strony LGD; bieżące monitorowanie, ewaluacja okresowa
2 000 EUR PS WPR Zarządzanie LSR	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (głównych zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)	kampania informacyjna nt. głównych założeń LSR	potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy, <b>w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji</b>	- informacje na stronie LGD,	liczba artykułów	6 szt.	poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR	bieżące monitorowanie oglądalności strony LGD, ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD, ilość wydrukowanych i rozdysponowanych publikacji
				- mailing oraz strony internetowe gmin,	liczba informacji na portalach społecznościowych oraz mediach o zasięgu lokalnym	6 szt.		
				- informacje na portalach społecznościowych,	liczba edycji Poradnika beneficjenta	1 szt.		
				- fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym	liczba lekcji strategicznych	2 szt.		
				- opracowanie Poradnika beneficjenta,				
				- lekcje strategiczne				

1 000 EUR PS WPR Zarządzanie LSR	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów obejmujące również kwestie zastosowania kryterium innowacyjności	spotkania informacyjno - szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, jsfp, mieszkańcy, <b>w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji</b>	otwarte spotkania informacyjno - szkoleniowe, warsztaty	liczba spotkań	5 szt.	podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	informacja zwrotna w formie ankiety przeprowadzonej po spotkaniach i warsztatach; bieżące monitorowanie, ewaluacja okresowa;
					liczba warsztatów z zasad przygotowania i realizacji projektów, w tym obejmujących kwestie zastosowania kryterium innowacyjności	2 szt.		
1 000 EUR PS WPR Zarządzanie LSR	Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów	informowanie nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów	beneficjenci oraz wnioskodawcy, <b>w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji</b>	doradztwo indywidualne	liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie ewidencji doradztwa	300 osób	podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczenia operacji	ewidencja udzielonego doradztwa, ankieta po przeprowadzonym szkoleniu; bieżące monitorowanie, ewaluacja okresowa
				szkolenia	liczba szkoleń	3 szt.		
1 000 EUR PS WPR Zarządzanie LSR	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	kampania informacyjna nt. terminów przyjmowanych wniosków	potencjalni wnioskodawcy w zależności od naboru, <b>w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji</b>	- informacje na oficjalnej internetowej stronie LGD, - mailing oraz strony internetowe gmin partnerskich, - informacje na portalach społecznościowych, - fanpage LGD	liczba artykułów na stronach internetowych	10 szt.	poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji	informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doeadztwa; bieżące monitorowanie, ewaluacja okresowa
				liczba informacji na portalach społecznościowych	10 szt.			



<p><b>1 000 EUR PS WPR</b> Zarządzanie LSR</p>	<p>Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości świadczonego przez LGD doradztwa</p>	<p>badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz rozliczenia realizowanych operacji</p>	<p>wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji, <b>w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji</b></p>	<p>ankieta wypełniana po doradztwie</p>	<p>liczba ankiet dystrybuowanych wśród wnioskodawców i beneficjentów</p>	<p>100 szt./ zwrot ankiet na poziomie 60%</p>	<p>uzyskanie zewnętrznej wiedzy nt. jakości doradztwa w celu np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych</p>	<p>badanie ankietowe; bieżące monitorowanie, ewaluacja okresowa</p>
<p><b>2 000 EUR PS WPR</b> Zarządzanie LSR</p>	<p>Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania ze wskazaniem innowacji kreatywnych lub imitujących, w tym innowacji w kontekście lokalnym i regionalnym</p>	<p>kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR</p>	<p>mieszkańcy obszaru LGD, <b>w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji</b></p>	<p>- informacje na oficjalnej internetowej stronie LGD, - mailing oraz strony internetowe gmin partnerskich, - informacje na portalach społecznościowych, fanpage LGD oraz mediach o zasięgu lokalnym - konferencja</p>	<p>liczba artykułów na stronach internetowych</p> <p>liczba informacji na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym</p> <p>liczba konferencji</p>	<p>10 szt.</p> <p>5 szt.</p> <p>1 szt.</p>	<p>poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie</p>	<p>monitorowanie oglądalności strony LGD i lokalnych mediów; bieżące monitorowanie, ewaluacja końcowa</p>
<p><b>1 500 EUR PS WPR</b> Zarządzanie LSR</p>	<p>Wsparcie beneficjentów w procesie pozyskiwania środków z budżetu LSR poprzez profesjonalną informację, grupowe doradztwo oraz pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD</p>	<p>warsztaty partycypacyjne dotyczące działalności LGD i wdrażania LSR</p>	<p>mieszkańcy obszaru LGD, ze szczególnym uwzględnieniem członków LGD, <b>w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji</b></p>	<p>- warsztaty partycypacyjne</p>	<p>liczba warsztatów partycypacyjnych</p>	<p>6 szt.</p>	<p>poinformowanie mieszkańców o postępach we wdrażaniu LSR oraz bieżącej działalności LGD, w tym zaktywizowanie i wzrost zaangażowania członków w prace LGD</p>	<p>liczba uczestników warsztatów; bieżące monitorowanie, ewaluacja końcowa</p>

<p>5 000 EUR</p> <p>PS WPR Zarządzanie LSR</p>	<p>Poinformowanie o tematyce i terminach działań tj. szkolenia, warsztaty, spotkania konsultacyjne itp. realizowanych w ramach Komponentu Zarządzanie LSR</p>	<p>kampania informacyjna LGD nt. wzmocnienia pozycji ludzi młodych, seniorów i osób w niekorzystnej sytuacji na obszarach wiejskich, działań integracyjno - aktywizujących kierowanych do społeczności lokalnej oraz o możliwościach wdrożenia innowacji na obszarach wiejskich</p>	<p>mieszkańcy obszaru LGD, <b>w tym ludzie młodzi, seniorzy, osoby w niekorzystnej sytuacji</b></p>	<p>- informacje na oficjalnej internetowej stronie LGD, - mailing oraz strony internetowe gmin partnerskich, - informacje na portalach społecznościowych, fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym</p>	<p>liczba działań dot. wzmocnienia pozycji <b>ludzi młodych</b> na obszarach wiejskich</p>	6 szt.	<p>poinformowanie mieszkańców nt. wzmocnienia pozycji ludzi młodych, seniorów i osób w niekorzystnej sytuacji na obszarach wiejskich, o możliwościach wdrożenia innowacji na obszarach wiejskich oraz zorganizowanie działań integracyjno-aktywizujących kierowanych do społeczności lokalnej/ skompletowanie zakładanej liczby uczestników poszczególnych szkoleń, spotkań konsultacyjnych, animacyjnych itp.</p>	<p>bieżące monitorowanie, ewaluacja okresowa</p>
					<p>liczba działań dot. wsparcia zatrudnienia <b>ludzi młodych</b> i zatrzymania młodzieży w regionie</p>	6 szt.		
					<p>liczba działań dot. wzmocnienia pozycji <b>seniorów</b> na obszarach wiejskich</p>	6 szt.		
					<p>liczba działań dot. wzmocnienia pozycji <b>osób w niekorzystnej sytuacji, w szczególności kobiet</b> na obszarach wiejskich</p>	6 szt.		
					<p>liczba <b>działań integracyjno-aktywizujących kierowanych do społeczności lokalnej</b></p>	6 szt.		

					liczba działań dot. <b>wdrażania</b> <b>innowacji</b> na obszarach wiejskich	6 szt.		
--	--	--	--	--	--	--------	--	--

*Źródło: Opracowane własne LGD.*