

Załącznik nr 2 do Umowy o warunkach i sposobie realizacji strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność nr UM02 - 6572 - UM022.0613/23 z dnia 12.12.2023 r.

Załącznik nr 7 do wniosku o wybór Lokalnej Grupy Działania do wdrażania LSR

### Plan komunikacji z lokalną społecznością

Plan komunikacji z lokalną społecznością w ramach Lokalnej Strategii Rozwoju (LSR) dla obszaru Lokalnej Grupy Działania Ziemia Gotyku (LGD) zapewnia realizację działań komunikacyjnych LGD w latach 2023-2029, w celu prawidłowego i efektywnego wdrażania LSR. Stosując instrument RLKS, czyli „Rozwój lokalny kierowany przez społeczność”, LGD za swoje zadanie stawia systematyczne rozwijanie potencjału społeczności lokalnych do świadomego osiągania celów strategii. Plan komunikacji zapewni lepszą i sprawniejszą komunikację pomiędzy LGD Ziemia Gotyku a mieszkańcami oraz podmiotami działającymi na obszarze LSR, tj. Gmin Chelmża, Łubianka, Łysomice, Papowo Biskupie i Miasto Chelmża. Jest to istotny proces wynikający z roli, jaka została przypisana Lokalnym Grupom Działania jako lokalnym podmiotom, odpowiedzialnym za kreowanie rozwoju i zmian na poziomie lokalnym. Etap przygotowania strategii opierał się na planie włączenia społeczności lokalnej w wypracowanie założeń do LSR poprzez zastosowanie metod partycypacji na każdym kluczowym etapie. Na tym nie kończy się włączenie lokalnej społeczności, która ma być zaangażowana także w cały proces wdrożenia LSR i korzystania z efektów LSR. Plan komunikacji został sporządzony zgodnie ze Standardem minimum do planu komunikacji z lokalną społecznością dla Województwa Kujawsko-Pomorskiego (Załącznik nr 1 do ogłoszenia o konkursie na wybór strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność) oraz zgodnie z załącznikiem nr 2 do Regulaminu konkursu na wybór LSR - Warunki dostępu. W opracowaniu Planu wykorzystano rekomendacje z PORADNIKA DLA LGD W ZAKRESIE OPRACOWANIA LOKALNYCH STRATEGII ROZWOJU NA LATA 2014-2020 oraz doświadczenia, jakie LGD zyskało w procesie komunikacji w okresie wdrażania LSR na lata 2016-2023.

#### 1. Główne cele i przesłanki leżące u podstaw jego opracowania

Plan komunikacji jest dokumentem odnoszącym się do procesu komunikacji LGD z mieszkańcami obszaru, ze szczególnym naciskiem na ważne dla rozwoju obszaru grupy interesariuszy oraz grupy interesu społecznego, gospodarczego i publicznego. Określa warunki aktywnego i ciągłego uczestnictwa lokalnej społeczności w bieżącym wdrażaniu LSR oraz budowaniu potencjału kapitału społecznego na obszarze LSR. Plan komunikacji LSR jest ściśle powiązany z procesem wdrażania LSR, z planem działania i budżetem LSR, stanowi podstawę do przygotowania i wdrożenia planu komunikacji. Plan stanowi koncepcję komunikacji z lokalną społecznością w oparciu o analizy dotychczasowej działalności informacyjno-promocyjnej LGD, analizy otoczenia LGD, przegląd możliwych form i środków komunikacji, a następnie dostosowanie ich do lokalnych potrzeb i możliwości zasobów ludzkich i finansowych LGD. Do zaplanowania działań komunikacyjnych posłużyły także wyniki Ewaluacji zewnętrznej z realizacji Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność (LSR) dla obszaru Lokalnej Grupy Działania Ziemia Gotyku na lata 2016-2023 (badanie przeprowadzone w 2022 roku). Działania komunikacyjne LGD, w szczególności szkolenia, warsztaty, doradztwo zostały bardzo pozytywnie ocenione przez odbiorców.

Przed opracowaniem planu komunikacji została przeprowadzona głęboka analiza otoczenia i dotychczasowej działalności komunikacyjnej LGD. Zagadnienia związane w komunikacją LGD z lokalną społecznością zostały poruszone podczas spotkań konsultacyjnych z mieszkańcami, spotkań zespołów tematycznych i branżowych oraz badań i analiz. Ponadto LGD Ziemia Gotyku od listopada do grudnia 2022 r. zbierała propozycje podczas warsztatów z zespołem partycypacyjnym, którego członkowie w trakcie dyskusji zaproponowali działania integracyjno-aktywizujące kierowane do społeczności lokalnej, które potwierdzają inkluzywny (otwarty) charakter działalności LGD. Działania komunikacyjne LGD mają pełnić funkcje informacyjne, konsultacyjne, ale przede

wszystkim włączając jak największą liczbę mieszkańców i interesariuszy lokalnych w proces decyzyjny oraz kontroli społecznej.

W wyniku prowadzonych rozmów, badań i konsultacji zidentyfikowano ważny problem, jakim jest przepływ informacji na obszarze LSR. Okazuje się, że najczęściej wykorzystywane formy informowania: informacja na stronie LGD i stronach gmin oraz instytucji lokalnych, informacja na profilu społecznościowym, artykuły w prasie lokalnej, wysyłanie zaproszeń drogą mailową czy pocztową nie są skuteczne w wystarczającym stopniu. Na wszelkie wydarzenia, jakie organizowała LGD w okresie 2016-2023, konieczne było zastosowanie bezpośrednich form komunikacji, najczęściej w formie bezpośredniej rozmowy osoby reprezentującej LGD lub osoby, która została o to poproszona w terenie. W szczególności osoby starsze nie korzystają z narzędzi cyfrowych na szeroką skalę lub nie posiadają umiejętności wyszukiwania informacji. Z drugiej strony tych informacji w przestrzeni publicznej jest tak dużo, że wiele osób nie jest w stanie na bieżąco śledzić oferty LGD. Ponadto wielkim problemem jest mobilność mieszkańców, zwłaszcza seniorów czy młodzieży, która uniemożliwia skorzystanie z oferty LGD. Z kolei młodzież jest mało zainteresowana lokalnymi wydarzeniami, słabo angażuje się w działalność lokalnych organizacji i społeczności. Dotarcie do tej grupy stanowi też wielkie wyzwania dla działań komunikacyjnych LGD. Innym ważnym problemem w obszarze komunikowania jest przekazywana treść – bieżące informowanie o Lokalnej Strategii Rozwoju, o konkursach, zasadach, kryteriach udzielania wsparcia w ramach LSR, jest informacją zrozumiałą tylko dla osób, które rozumieją język formalny jakim jest napisana LSR zgodnie z wymogami konkursu oraz programy z których ma być finansowana LSR. Zbyt zbiurokratyzowana formuła LSR i LGD może stanowić poważną barierę w zrozumieniu mieszkańców samej idei LSR i funkcjonowania lokalnego partnerstwa na rzecz rozwoju, jakim jest LGD. Tak więc kolejnym wyzwaniem w zakresie komunikacji jest znalezienie takiej formy komunikacji LGD z lokalną społecznością, która najpierw zainteresuje, przyciągnie odbiorców, a następnie do już pozyskanych odbiorców przekaże informacje na temat stanu realizacji LSR, stopniu osiągnięcia celów i wskaźników w ramach budżetu LSR, dobrych praktykach wdrożonych projektów.

LGD z ograniczonym personelem i budżetem na działania komunikacyjne nie jest w stanie zrealizować założeń planu komunikacji bez dużego zaangażowania zarówno członków LGD, jak podmiotów współpracujących, a także Beneficjentów i Grantobiorców projektów wdrażanych w ramach LSR. Konieczne jest stworzenie mechanizmu **obowiązków informacyjnych** zapisanych w umowach z Beneficjentami i Grantobiorcami w zakresie bieżącego informowania o realizacji projektów z udziałem środków pozyskanych w ramach LSR poprzez LGD Ziemia Gotyku. Beneficjenci i Grantobiorcy LSR mogą w sposób jak najszerszy i bezpośredni dotrzeć do mieszkańców obszaru na poziomie gminy i sołectwa z informacją o efektach wdrażania LSR. Konieczna jest zarówno wystandaryzowana wizualizacja jak i forma i częstotliwość informowania o LGD i LSR w ramach każdego projektu i operacji. Preferowane będą projekty i operacje, w których przewidziano promocję LGD i LSR.

Podsumowując wnioski z przeprowadzonej analizy potrzeb i problemów komunikacyjnych LGD wyznaczyły główne cele Planu komunikacji z lokalną społecznością w okresie 2023-2029:

- a) Upowszechnianie informacji o działalności LGD i możliwości aktywnego włączenia się w działania i funkcjonowanie LGD.
- b) Rozwinięcie działań integracyjno-aktywizacyjnych LGD potwierdzających inkluzywny charakter LGD.
- c) Skuteczne i systematyczne podnoszenie poziomu wiedzy mieszkańców na temat Lokalnej Grupy Działania oraz Lokalnej Strategii Rozwoju (LSR), celów i przedsięwzięć, budżetu, o możliwości korzystania ze środków LSR, zasadach przyznawania pomocy i realizacji operacji oraz projektów.
- d) Podniesienie poziomu wiedzy i umiejętności w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR
- e) Zwiększenie poziomu włączenia społecznego grup osób w niekorzystnej sytuacji zdefiniowanych na obszarze LSR oraz w szczególności seniorów w wieku 60+ i osób młodych do 25 r.ż.
- f) Zwiększenie poziomu współpracy pomiędzy lokalnymi partnerami.
- g) Promowanie zasobów lokalnych obszaru LSR.

- h) Podnoszenie świadomości społeczności lokalnej w zakresie tematów ważnych w ramach LSR, tj. włączenia społecznego, przeciwdziałania wszelkim formom dyskryminacji, ochronie środowiska i przeciwdziałania zmianom klimatu, rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, integracji międzypokoleniowej, budowaniu partnerstwa lokalnego, wdrażania rozwiązań innowacyjnych.
- i) Uzyskanie informacji zwrotnej na temat jakości działań LGD i wdrażania LSR.

Wyznaczone cele będą realizowane poprzez konkretne działania komunikacyjne skierowane do konkretnych grup docelowych, część z tych działań to dobre praktyki stosowane w LGD i pomysły zgłoszone w procesie partycypacyjnym, część natomiast to wymogi narzucone w ramach tzw. standardu minimum planu komunikacji z lokalną społecznością określone przez Zarząd Województwa Kujawsko-Pomorskiego.

## 2. Opis działań komunikacyjnych i grup docelowych oraz środki przekazu, w tym działań podejmowanych w przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD

LGD podejmie liczne i zróżnicowane działania komunikacyjne, za pomocą których zamierza skutecznie dotrzeć do społeczności lokalnych, aby poinformować o LGD i LSR oraz aby zaangażować w aktywne włączenie się w proces wdrożenia LSR. Podstawa instrumentu Rozwój Lokalny Kierowany przez Społeczność (dalej RLKS), realizowanego w ramach LSR, polega na aktywnym uczestnictwie w procesie opracowania LSR i jej wdrożenia przedstawicieli grup interesu sektora publicznego, gospodarczego i społecznego z obszaru LSR. LGD podejmuje liczne działania służące włączeniu obywateli na szczeblu lokalnym w inicjowanie i realizację działań na rzecz rozwoju lokalnego. Ważne jest zatem rozwijanie podejścia współpracy partnerskiej, oddolności, tworzenia różnego rodzaju sieci, których celem jest pomoc w dzieleniu się doświadczeniami i przekazywanie wiedzy między interesariuszami a LGD, wzmocnienie współpracy i partycypacji. Dlatego też niezbędne jest zapewnienie komunikacji z jak najszerszym gronem odbiorców zamieszkujących i działających na obszarze LSR. Tak więc głównymi grupami docelowymi działań komunikacyjnych są:

- a) lokalni liderzy i liderki życia publicznego z obszaru LSR, w tym m.in. sołtysi i sołtyski, radni i radne gmin, powiatów, województwa;
- b) przedstawiciele i przedstawicielki instytucji kultury oraz podmiotów edukacyjnych mających siedzibę na obszarze LSR, w tym m.in. bibliotek, ośrodków kultury, szkół, uniwersytetów trzeciego wieku,
- c) przedstawiciele i przedstawicielki organizacji pozarządowych, mających siedzibę lub filię / oddział na terenie objętym LSR (w szczególności skupiające młodzież i seniorów) m.in. stowarzyszenia, fundacje, kluby seniora, kluby młodzieżowe, koła gospodyń wiejskich, ochotnicze straże pożarne, młodzieżowe grupy pożarnicze, kluby sportowe,
- d) instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej z obszaru LSR, w tym m.in. ośrodki pomocy społecznej, domy pomocy społecznej, dzienne domy pobytu dla seniorów, warsztaty terapii zajęciowej, środowiskowy dom samopomocy, grupy wzajemnościowe i samopomocowe, grupy charytatywne, parafie;
- e) osoby prowadzące działalność gospodarczą (przedsiębiorcy) mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR
- f) wszyscy mieszkańcy obszaru LSR.

W oparciu o prowadzone analizy i techniki partycypacyjne określono wybrane rodzaje działań i środków komunikacyjnych, które zostaną zastosowane w realizacji planu komunikacji.

- **Opracowanie i rozpowszechnianie materiałów informacyjnych i promocyjnych skierowane do konkretnych grup docelowych (głównie w formie elektronicznej)** zawierające treści odnoszące się do obszaru LSR oraz do zagadnień związanych z LSR i LGD – będą przekazywane poprzez newsletter dodany do strony internetowej LGD oraz bazy mailowe lokalnych liderów tworzone przez biuro LGD.

Materiały będą opracowywane z należytą starannością w oparciu o wytyczne zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez Instytucję Zarządzającą Województwa Kujawsko-Pomorskiego oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR na lata 2023-2029 (logotypy i hasła promujące programy współfinansowane ze środków Unii Europejskiej). LGD będzie stosowało zasady dostępności cyfrowej publikowanych i przekazywanych materiałów, tak aby możliwe było zastosowanie do ich odczytywania ogólnodostępnych e-czytników internetowych w formie dostępnych plików pdf. Treści materiałów informacyjnych i promocyjnych będą zgodne z Europejskimi standardami przygotowania tekstu łatwego do czytania i zrozumienia.

- **Działania informacyjno-promocyjne poprzez funkcjonowanie strony internetowej LGD** zgodnie ze stworzonym i przekazanym przez ZW interfejsem (layout) oraz bieżąca jej aktualizacja w ramach której: zapewniony zostanie dostęp do informacji o aktualnym harmonogramie naborów oraz wynikach konkursów już przeprowadzonych, a także zamieszczona zostanie informacja o wszystkich zrealizowanych projektach w zakresie LSR, w ramach EFS+ wraz z relacją zdjęciową. Informacje te zostaną zamieszczone na podstronie, do której bezpośredni dostęp (przekierowanie) będzie znajdowało się na stronie startowej LGD. Ponadto do ostatniego dnia czerwca każdego roku realizacji LSR zamieszczone zostanie roczne sprawozdanie z wdrażania LSR za poprzedni rok zawierające następujące informacje:
  - 1) Stan wdrażania LSR: Lista projektów, które uzyskały wsparcie z budżetu LSR (zawierające informację: nt. wnioskodawcy, tytułu projektu, kwoty wsparcia, a w przypadku EFS+ miejscu realizacji projektu); Informacja o przeprowadzonych przez LGD szkoleniach, spotkaniach informacyjnych, konsultacjach i doradztwie w związku z przeprowadzonymi naborami.
  - 2) Prowadzone przez LGD działania animacyjne (opis wydarzenia zorganizowanego przez LGD np. spotkania, warsztaty, konkursy, konferencje itp.) oraz projekty realizowane z innych środków niż budżet LSR.Strona będzie spełniała wymagania dostępności cyfrowej WCAG 2.1, tak aby udostępnić je osobom z niepełnosprawnościami np. wzroku, słuchu, ruchu, ale też z niepełnosprawnością intelektualną czy zaburzeniami poznawczymi.
- **Działania informacyjno-aktywizacyjne poprzez profil w mediach społecznościowych** oparte na prowadzeniu i bieżącej aktywności LGD w mediach społecznościowych np. Facebook poprzez zamieszczanie postów, filmików, relacji itp. dotyczących działalności LGD, dążące do zachęcenia i włączenia odbiorców do dwustronnej komunikacji, reagowania, komentowania, wyrażania opinii np. poprzez sondaże, pozyskiwania coraz większej liczby odbiorców, którzy polubią profil i będą na bieżąco śledzić aktywność LGD oraz aktywnie uczestniczyć w upowszechnianiu informacji o aktywnościach LGD poprzez udostępnienie postów itp.
- **Organizacja otwartych spotkań informacyjno – konsultacyjnych** o charakterze edukacyjnym, których celem jest podniesienie wiedzy i kompetencji w danej dziedzinie. Od odniesieniu do działalności LGD spotkania będą dotyczyły w szczególności podnoszenia wiedzy o LSR, celach i przedsięwzięciach LSR, planowanego budżetu, planowanych naborów wniosków w ramach poszczególnych przedsięwzięć w LSR, kryteriów udzielania wsparcia z poszczególnych funduszy, planowanych wskaźników produktu i rezultatu LSR, a także pozyskiwania informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców obszaru LSR.
- **Organizowanie szkoleń tematycznych związanych z prowadzonymi naborami wniosków w ramach LSR** prowadzonych w formie zapewniającej aktywne uczestnictwo i podnoszenie poziomu wiedzy w zakresie danego naboru oraz umiejętności przygotowania wniosku o dofinansowanie / powierzenie grantu oraz wymaganych załączników.
- **Kampanie informacyjne** rozumiane jako zestaw różnych działań zaplanowanych w konkretnym czasie, skierowanych do określonej grupy docelowej, których celem jest doprowadzenie do wzrostu wiedzy, zmiany myślenia, zachowania wobec określonego problemu społecznego lub rozwiązanie problemu społecznego. LGD planuje kampanie w zakresie włączenia społecznego osób w niekorzystnej sytuacji,

aktywizacji młodzieży i osób w wieku 60+, rozwoju lokalnych usług i przedsiębiorczości, ochrony środowiska i przeciwdziałania zmianom klimatu w celu zwiększenia zainteresowania mieszkańców obszaru tematyką interwencji zaplanowanej w LSR i włączenia w realizację celów LSR poprzez planowanie i realizację projektów.

- **Działalność doradcza LGD w zakresie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy i/lub wniosków o powierzenie grantów: doradztwo indywidualne i zbiorowe** to forma komunikacji dwustronnej z aktywnym zaangażowaniem dwóch stron, pracownika biura LGD lub wynajętego przez biuro specjalisty skierowane do potencjalnego wnioskodawcy lub wnioskodawcy już uczestniczącego w procesie wdrożenia LSR.
- **Udzielanie informacji w biurze LGD** – wizyta w biurze, telefon, e-mail lub wiadomość przez komunikator od osoby zainteresowanej działalnością LGD lub LSR, udzielenia odpowiedzi, zachęcenie do aktywnego włączenia się w działania w ramach LSR. Biuro LGD mieści się w budynku spełniającym standardy dostępności dla osób z niepełnosprawnościami (podjazd, toaleta dla osób z niepełnosprawnościami).
- **Działania animacyjne i sieciujące np. organizacje i/lub przedsiębiorców z obszaru LSR** – organizacja spotkań animacyjnych i/lub sieciujących, zmierzających do pobudzenia aktywności i współpracy osób, grup i instytucji na obszarze LSR, pobudzenia społeczności lokalnej do podejmowania aktywności w obszarze celów określonych w LSR, planowania projektów w środowisku lokalnym, wzmocnienia kapitału społecznego, budowania partnerstw i sieci współpracy, grup tematycznych i branżowych, w szczególności wspierania grup w niekorzystnej sytuacji zdiagnozowanych na obszarze LSR oraz osób poniżej 25 r.ż oraz osób powyżej 60+ i osób prowadzących działalność gospodarczą na obszarze LSR np. spotkania animacyjne, warsztaty, konkursy tematyczne, spotkania sieciujące, internetowe grupy dyskusyjne itp.
- Upowszechnianie informacji na temat zasobów obszaru LSR oraz efektów wdrażania LSR poprzez **krótkie filmy/ animacje/ interaktywne mapy promujące obszar LSR oraz efekty wdrażania LSR**, a więc materiały audiowizualne i/lub narzędzia cyfrowe prezentujące zasoby obszaru LSR, promujące lokalne inicjatywy i działania LGD, zachęcające do współpracy na rzecz rozwoju kierowanego przez lokalną społeczność. Materiały audiowizualne będą dostępne dla osób z niepełnosprawnościami, w tym np. filmy będą zawierały transkrypcję nagrań, czcionka będzie odpowiednio widoczna i czytelna.
- **Komunikacja wewnętrzna w LGD** – komunikacja między członkami LGD jako ważnymi interesariuszami procesu wdrażania LSR poprzez organizację cyklicznych spotkań, bieżącego przekazywania informacji o postępach we wdrażaniu LSR, poprzez powoływanie i pracę zespołów roboczych w tym zespole ds. przygotowania i wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju w perspektywie 2021-2027.
- **Badania satysfakcji odbiorców działań komunikacyjnych LGD** – będą miały formę ankiet zadowolenia z poziomu obsługi w biurze LGD, jakości doradztwa, informowania, szkolenia itp. Informacje na temat zadowolenia/satysfakcji osób korzystających z działań LGD będą źródłem wiedzy pracowników LGD i Zarządu na temat efektywności i jakości działań komunikacyjnych LGD i podstawą do wdrożenia zmian korygujących.

Zakładane działania komunikacyjne będą kontynuacją działań prowadzonych w okresie wdrażania LSR w perspektywie 2014-2020, które zostały pozytywnie ocenione przez mieszkańców obszaru w zakresie badań satysfakcji z prowadzonych działań komunikacyjnych (patrz: Raport podsumowujący wyniki badania satysfakcji odbiorców działań komunikacyjnych LGD Ziemia Gotyku w latach 2020-2021 dostępny na stronie LGD Ziemia Gotyku w zakładce RLKS 2014-2020). W okresie wdrażania LSR 2023-2029 LGD planuje wdrożyć rekomendacje zawarte w ww. raporcie, w szczególności zastosować możliwość udziału w szkoleniach, spotkaniach informacyjnych w formule online, większego zaangażowania odbiorców działań komunikacyjnych LGD poprzez media społecznościowe, mniejszej ilości materiałów drukowanych na rzecz materiałów w formie elektronicznej, stosowania jak największej ilości grafiki i animacji, co jest bardziej atrakcyjne dla mieszkańców. Nowością będzie także stworzenie newslettera na stronie internetowej LGD i przekazywanie poprzez niego cyklicznie bieżących

informacji, organizowanie corocznych spotkań informacyjno-konsultacyjnych w każdym sołectwie, które wyrazi wolę takiego spotkania i zobowiąże się do zapewnienia frekwencji, z udziałem sołtysów, sołtysek, członków i członkiń Rad Sołeckich oraz wszystkich zainteresowanych mieszkańców (podczas spotkań LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania naborów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz pozyska informacje na temat potrzeb i oczekiwań mieszkańców sołectwa; z każdego spotkania zostanie sporządzony protokół podpisany przez przedstawiciela LGD oraz przedstawiciela sołectwa; o miejscu i terminie spotkań zostanie powiadomiony Zarząd Województwa Kujawsko-Pomorskiego), organizowanie corocznych spotkań informacyjno-konsultacyjnych w każdej gminie obszaru LSR z przedstawicielami i przedstawicielkami grup docelowych działań komunikacyjnych (podczas spotkań LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania naborów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz pozyska informacje na temat potrzeb i oczekiwań mieszkańców gminy; z każdego spotkania zostanie sporządzony protokół podpisany przez przedstawiciela LGD oraz przedstawicieli grup docelowych działań komunikacyjnych uczestniczących w spotkaniu; o miejscu i terminie spotkań zostanie powiadomiony Zarząd Województwa Kujawsko-Pomorskiego).

LGD będzie wykorzystywać narzędzia cyfrowe np. poprzez tworzenie i prowadzenie grup dyskusyjnych na profilach społecznościowych, aplikacji do rozwijania lokalnej bazy partnerów, interaktywnych prezentacji np. w formie mapy, wykorzystania kodów QR, animacji itp. Spotkania i warsztaty prowadzone w formie stacjonarnej będą także w miarę możliwości (dostęp do internetu) udostępnione w formule hybrydowej.

LGD będzie także wzmocniać i rozwijać wewnętrzną komunikację z członkami LGD aby ich bardziej aktywizować i włączać w proces wdrażania LSR np. poprzez udział w pracach zespołów roboczych w tym zespole ds. przygotowania i wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju w perspektywie 2021-2027, a także poprzez rozwijanie wolontariatu i wspierania Zarządu i biura w bieżącej działalności informacyjno-promocyjnej.

Nowym zobowiązaniem dla LGD będzie konieczność informowania Zarządu Województwa Kujawsko-Pomorskiego (ZW) z co najmniej 14-dniowym wyprzedzeniem o wszystkich zaplanowanych przez LGD aktywnościach i wydarzeniach na terenie objętym LSR (m.in. festynach, konkursach, podpisywaniu umów grantowych, szkoleniach, warsztatach), na wskazany przez ZW adres mailowy. W tym celu działania w planie komunikacji będą planowane ze znacznym wyprzedzeniem, a pracownik biura LGD będzie przysyłał powiadomienia za pomocą poczty elektronicznej.

Doświadczenia LGD z okresu programowania 2014-2020, a także pozytywna informacja zwrotna od mieszkańców spotkań konsultacyjnych prowadzonych w maju 2023 w każdej gminie, wskazują na bardzo wysoki poziom akceptacji dla przedsięwzięć / działań zaplanowanych w ramach LSR na lata 2023-2029, jednak jeśli o czasie realizacji LSR pojawiłyby się jakiegokolwiek problemy np. niskie zainteresowanie ogłaszanymi konkursami, słaba jakość realizacji projektów przez wnioskodawców czy Grantobiorców, LGD będzie podejmować aktywne formy przeciwdziałania tym problemom m.in. poprzez zwiększenie ilości i formy działań szkoleniowych, doradczych, zwiększenia oddziaływania kampanii społecznych w zakresie ważnego dla celów LSR tematu.

## 2. Szczegółowy opis planu komunikacji

W oparciu o badania w zakresie komunikacji LGD Ziemia Gotyku planuje następujące działania komunikacyjne, odpowiadające im wskaźniki i efekty:

| Cel komunikacji   | Nazwa działania komunikacyjnego  | Środki przekazu   | Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)  | Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych wraz z wartościami  | Planowane efekty działań komunikacyjnych   |
|---|--|---|--|--|--|
| Skuteczne i systematyczne podnoszenie poziomu wiedzy mieszkańców na temat Lokalnej Grupy Działania oraz Lokalnej Strategii Rozwoju (LSR), celów i przedsięwzięć, budżetu, o możliwości korzystania ze środków LSR, zasadach przyznawania pomocy i realizacji operacji oraz projektów. | Opracowanie i rozpowszechnianie materiałów informacyjnych i promocyjnych skierowane do konkretnych grup docelowych (głównie w formie elektronicznej) | Stworzenie i prowadzenie bazy mailowej lokalnych liderów w celu informowania drogą mailową o konkursach, konsultacjach społecznych i wydarzeniach organizowanych przez LGD. | - sołtysi, sołtycki, radni i radne gmin, powiatu, województwa, przedstawiciele i przedstawiciele instytucji kultury i/lub edukacyjnych oraz organizacji społecznych i grup nieformalnych mających siedzibę na obszarze LSR<br>m.in. bibliotek, domów kultury, szkół, uniwersytetów trzeciego wieku, stowarzyszeń, fundacji, KGW, OSP, klubów seniora, klubów młodzieżowych, klubów sportowych, związków harcerskich itp. | - utworzenie i prowadzenie 1 bazy mailowej lokalnych liderów   | - min. 50 adresów email<br>- min. 5 wiadomości rocznie przesłanych za pośrednictwem bazy mailowej<br>Źródło pomiaru: baza własna LGD |
|   | Stworzenie newslettera do strony internetowej LGD i wysyłka informacji o konsultacjach społecznych i wydarzeniach organizowanych przez LGD.          | - wszystkie grupy docelowe wskazane w planie komunikacji, wskazane grupy docelowe zgłaszają chęć otrzymania takich informacji poprzez newsletter                            | - min. 4 wydania newslettera w roku<br>- utworzenie i prowadzenie 1 bazy mailowej lokalnych liderów  | - min. 50 odbiorców zapisanych do newslettera<br>Źródło pomiaru: wydruk z panelu administratora Metodologia: min. 50 osób/podmiotów/adresów na każde 10 tys. mieszkańców obszaru LSR zapisanych do newslettera |  |
| Działania informacyjno-   | <b>Funkcjonowanie strony internetowej LGD-</b> prowadzenie i bieżąca   | - wszystkie osoby odwiedzające stronę internetową LGD, w  | - min. 1 aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD   | - min. 2000 odsłon strony LGD w ciągu roku   |  |

|  |   |   |  |  |
|--|---|---|--|--|
| <p>promocyjne poprzez funkcjonowanie strony internetowej LGD</p>   | <p>aktualizacja strony internetowej LGD poprzez zamieszczanie m.in.: informacji o aktualnym harmonogramie naborów oraz wynikach konkursów, informacja o wszystkich zrealizowanych projektach w zakresie LSR, roczne sprawozdanie z wdrażania LSR.</p>                           | <p>szczegółowości grupy docelowe wskazane w planie komunikacji</p>  |  | <p>Źródło pomiaru: raport ze strony</p>  |
| <p>Działalność doradczą LGD w zakresie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy i/lub wniosków o powierzenie grantów</p> | <p><u>Doradztwo indywidualne</u> – forma komunikacji dwustronnej z aktywnym zaangażowaniem dwóch stron, pracownika biura LGD lub wynajętego przez biuro specjalisty skierowane do potencjalnego wnioskodawcy lub wnioskodawcy już uczestniczącego w procesie wdrożenia LSR.</p> | <p>- wszystkie grupy docelowe wskazane w planie komunikacji zainteresowane ubieganiem się o środki w ramach konkursów ogłaszanych przez LGD</p> | <p>- min. 10 porad udzielonych rocznie w okresie prowadzonych naborów (usług doradczych)</p> | <p>- min. 5 odbiorców udzielonych porad rocznie w okresie prowadzonych naborów<br/><br/>Źródło pomiaru: rejestr doradztwa</p>  |
| <p>Udzielanie informacji w biurze LGD</p>  | <p>Bezpośredni kontakt pracownika biura LGD z osobą zainteresowaną pozyskaniem informacji w formie wizyty w biurze, telefonu lub e-maila, wiadomości przez komunikator od osoby zainteresowanej</p>   | <p>- wszystkie grupy docelowe wskazane w planie komunikacji</p>   | <p>- 1 punkt informacji działający w biurze LGD</p>  | <p>- min. 20 osób rocznie, którym udzielono informacji w biurze LGD (wizyta w biurze, telefon, email, wiadomość przez komunikator)<br/>Źródło pomiaru: lista / zestawienie / notatka</p> |



|   |  |   |  |  |   |
|---|--|---|--|--|---|
| <p>Upowszechnianie informacji o działalności LGD i możliwości aktywnego włączenia się w działania i funkcjonowanie LGD</p>  | <p>Działania informacyjno-aktywizacyjne poprzez profil w mediach społecznościowych</p> | <p>działalnością LGD lub LSR, udzielenia odpowiedzi, zachęcenie do aktywnego włączenia się w działania w ramach LSR.</p> <p>Prowadzenie i bieżąca aktywność LGD w mediach społecznościowych np. Facebook poprzez zamieszczanie postów, filmików, relacji itp. dotyczących działalności LGD, z zachęcaniem do dwustronnej komunikacji, reagowania, komentowania, wyrażania opinii np. poprzez sondaże.</p> | <p>- wszystkie osoby korzystające z mediów społecznościowych, w szczególności grupy docelowe wskazane w planie komunikacji</p> | <p>- min. 1 kanał społecznościowy prowadzony przez LGD np. Facebook</p>  | <p>- min. 4 różne aktywności w miesiącu danego roku</p> <p>Źródło pomiaru: print screen</p>   |
| <p>Skuteczne i systematyczne podnoszenie poziomu wiedzy mieszkańców na temat Lokalnej Grupy Działania oraz Lokalnej Strategii Rozwoju (LSR), celów i przedsięwzięć, budżetu, o możliwości korzystania ze środków LSR, zasadach przyznawania pomocy i realizacji</p> | <p>Organizacja otwartych spotkań informacyjno – konsultacyjnych</p>                    | <p>- otwarte spotkania informacyjno-konsultacyjne w każdym sołectwie z Radą Sołecką i mieszkańcami oraz mieszkańcami sołectwa, które wyrazi wolę spotkania, podczas którego LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz pozyska informacje na temat potrzeb i oczekiwań mieszkańców sołectwa.</p>   | <p>- sołtysi, sołtycki, członkowie i członkinie Rad Sołeckich oraz wszyscy zainteresowani mieszkańcy sołectw z obszaru LSR</p> | <p>- 64 zorganizowane w każdym roku spotkania, co odpowiada ilości sołectw na obszarze LSR, z zastrzeżeniem, że liczba realizacji spotkań może być niższa w sytuacji braku woli ze strony sołectwa (wskaźnik będzie uważany za osiągnięty jeśli LGD udokumentuje podjęcie działań zmierzających do spotkań w każdym sołectwie i brak woli takiego spotkania lub brak odzewu na zaproszenie do spotkania).<br/>Zrealizowane spotkania</p> | <p>- min. 100 osób / rok uczestniczących w spotkaniach informacyjno-konsultacyjnych w sołectwach</p> <p>Źródło pomiaru: lista obecności, protokół</p> |

|   |   |   |  |   |  |
|---|---|---|--|---|--|
| operacji oraz projektów.  |   | <p>- otwarte spotkania informacyjno-konsultacyjne z przedstawicielami grup docelowych działań komunikacyjnych w każdej gminie obszaru LSR. Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnię informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców gminy.</p> | <p>- wszystkie grupy docelowe działań komunikacyjnych wskazane w Planie komunikacji z każdej gminy obszaru LSR</p>   | <p>zostaną potwierdzone protokołem ze spotkania podpisanym przez przedstawiciela LGD i przedstawiciela sołectwa.</p> <p>- min. 1 zorganizowane spotkanie w każdej gminie w roku co roku, a więc 5 spotkań na rok (co odpowiada ilości gmin obszaru LSR)</p> | <p>- min. 10 osób rocznie uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym w każdej gminie w danym roku czyli w sumie min. 50 osób rocznie<br/>Źródło pomiaru: lista obecności, protokół</p>  |
| Podniesienie poziomu wiedzy i umiejętności w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR | Organizowanie szkoleń tematycznych związanych z prowadzonymi naborami wniosków w ramach LSR | <p>- bezpłatne szkolenia w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy / powierzenie grantu organizowane przed ogłoszeniem naboru lub w trakcie trwania naboru (oddzielnie dla każdego naboru lub łącznie dla kilku naborów trwających w podobnym okresie)</p>   | <p>- wszystkie osoby lub reprezentanci podmiotów zainteresowanych ubieganiem się o wsparcie w zakresie ogłoszonych przez LGD naborów wniosków o przyznanie pomocy / o powierzenie grantu</p> | <p>- min. 1 szkolenie/część szkolenia dot. każdego ogłoszonego konkursu / naboru wniosków</p>   | <p>- min. 5 osób przeszkolonych w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/ powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia<br/>Źródło pomiaru: lista obecności</p> |

|  |   |   |   |   |  |
|--|---|---|---|---|--|
| Rozwinięcie działań integracyjno-aktywizacyjnych LGD potwierdzających inkluzywny charakter LGD | Organizowanie otwartych wydarzeń dla społeczności z terenu LSR                        | - otwarte wydarzenie organizowane raz do roku, które ma na celu zintegrowanie i zaktywizowanie społeczności obszaru LSR oraz przedstawienia dotychczasowych działań LGD, zachęcenie do współpracy i do członkostwa, informowanie o harmonogramie planowanych naborów w ramach wdrażania LSR; wydarzenie może być elementem szerszej kampanii promocyjnej RLKS (Rozwój Lokalny Kierowany przez Społeczność) w województwie kujawsko-pomorskim, wpisanym do wspólnego kalendarza. | - wszystkie grupy docelowe wskazane w planie komunikacji, ze szczególnym naciskiem na osoby poniżej 25 r.ż oraz osoby powyżej 60+ oraz osoby zdiagnozowane w LSR jako osoby należące do grup w niekorzystnej sytuacji (w szczególności wymagające aktywizacji i integracji) | - min. 1 wydarzenie organizowane raz do roku np. festyn, rajd, piknik ekologiczny, konkurs, splay, koncert, przedstawienie itp.   | - min. 100 uczestników wydarzenia w każdym roku<br><br>Źródło pomiaru: sprawozdanie (opracowanie własne LGD)<br><br>Metodologia: min. 100 uczestników wydarzenia/wydarzeń zorganizowanych przez LGD na każde 50 tys. mieszkańców obszaru objętego LSR w roku ) |
| Zwiększenie poziomu współpracy pomiędzy lokalnymi partnerami z obszaru LSR                     | Działania animacyjne i sieciujące np. organizacje i/lub przedsiębiorców z obszaru LSR | - organizacja zróżnicowanych <u>form działań animacyjnych i/lub sieciujących</u> zmierzających do pobudzenia aktywności i współpracy osób, grup i instytucji na obszarze LSR, pobudzenia społeczności lokalnej do podejmowania aktywności w obszarze celów określonych w LSR, planowania projektów w środowisku lokalnym,   | - wszystkie grupy docelowe wskazane w planie komunikacji, ze szczególnym naciskiem na osoby poniżej 25 r.ż oraz osoby powyżej 60+ , osoby zdiagnozowane w LSR jako osoby należące do grup w niekorzystnej sytuacji oraz osoby prowadzące działalność gospodarczą            | - min. 3 <u>działania animacyjne i/lub sieciujące</u> w okresie realizacji planu komunikacji<br>- min. 2 warsztaty aktywizujące społeczność, w szczególności osoby poniżej 25 r.ż oraz osoby powyżej 60+ , osoby zdiagnozowane w LSR jako osoby należące do grup w niekorzystnej sytuacji oraz osoby prowadzące działalność | - min. 30 osób uczestniczących w działaniach animacyjnych i/lub sieciujących<br><br>Źródło pomiaru: lista obecności  |

|   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
| niekorzystnej sytuacji zdefiniowanych na obszarze LSR oraz w szczególności seniorów w wieku 60+ i osób młodych do 25 r.ż. |  | wzmocnienia kapitału społecznego, budowania partnerstw i sieci współpracy grup tematycznych i branżowych, w szczególności wspierania grup w niekorzystnej sytuacji np. spotkania animacyjne, warsztaty, konkursy tematyczne, spotkania sieciujące, internetowe grupy dyskusyjne itp.     | gospodarczą, młodzież np. graffiti, seniorów np. malowanie na szkle, rękodzieło, kobiety np. warsztaty rozwojowe   |  |
| Zwiększenie poziomu współpracy pomiędzy lokalnymi partnerami z obszaru LSR  | Kojarzenie lokalnych partnerów w kierunku podejmowania wspólnych działań i inicjatyw na rzecz lokalnego środowiska | - rozwój lokalnej bazy partnerów udostępnionej przez aplikację OMIKRON to narzędzie kojarzenia lokalnych partnerów w kierunku nawiązywania kontaktów i podejmowania współpracy w ramach projektów, w szczególności grantów, poprzez rozwijanie i aktualizowanie bazy lokalnych partnerów | - wszystkie grupy docelowe wskazane w planie komunikacji, ze szczególnym uwzględnieniem lokalnych organizacji, instytucji i grup nieformalnych z obszaru LSR | - 1 funkcjonująca lokalna baza partnerów<br><br>- min. 3 nowych partnerów / rok<br>- min 3. ogłoszenia partnerów publikowane w bazie / rok<br><br>Źródło pomiaru: print screen |
| Promowanie zasobów lokalnych obszaru LSR  | Opracowanie i udostępnienie materiałów promujących obszar LSR oraz efekty wdrażania LSR                            | - krótkie filmy/ animacje/ interaktywne mapy promujące obszar LSR oraz efekty wdrażania LSR – materiały audiowizualne i/lub narzędzia cyfrowe, ebooki prezentujące zasoby obszaru LSR, promujące lokalne inicjatywy i działania LGD, zachęcające do współpracy na rzecz rozwoju          | - min. 3 materiały promujące obszar LSR oraz efekty wdrażania LSR w okresie realizacji planu komunikacji   | - min. 200 odbiorców materiałów promujących obszar LSR oraz efekty wdrażania LSR<br><br>Źródło pomiaru: sprawozdanie (opracowanie własne LGD)                                  |

|  |  |   |  |  |  |
|--|--|---|--|--|--|
| <p>Podnoszenie świadomości społeczności lokalnej w zakresie tematów ważnych w ramach LSR, tj. włączenia społecznego, przeciwdziałania wszelkim formom dyskryminacji, ochronie środowiska i przeciwdziałania zmianom klimatu, rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, integracji międzypokoleniowej, budowaniu partnerstwa lokalnego, wdrażania rozwiązań innowacyjnych</p> | <p>Kampanie informacyjne ukierunkowane na podnoszenie świadomości w zakresie ważnych celów LSR, w tym ochrona środowiska i przeciwdziałanie zmianom klimatu, aktywizacja i integracja społeczna, w tym w zakresie włączenia społecznego osób w niekorzystnej sytuacji, aktywizacji młodzieży i osób w wieku 60+, rozwoju lokalnych usług i przedsiębiorczości.</p> | <p>Kierowanego przez lokalną społeczność.<br/>W kampanii zastosowane mogą być różnicowane środki przekazu np. plakat promocyjno-informacyjny, krótki filmik lub reportaż podnoszący treści ważnych celów LSR, ulotka informacyjno-promocyjna, akcja społeczna np. sadzenia ogrodu deszczowego czy łąki kwietnej, artykuł prasowy itp.</p> | <p>- wszystkie grupy docelowe wskazane w planie komunikacji, ze szczególnym naciskiem na osoby poniżej 25 r.ż oraz osoby powyżej 60+, osoby zdiagnozowane w LSR jako osoby należące do grup w niekorzystnej sytuacji oraz osoby prowadzące działalność gospodarczą</p> | <p>- min. 3 kampanie związane z ważnym celem społecznym LSR w okresie realizacji planu komunikacji</p> | <p>- min. 50 osób uczestniczących w kampaniach<br/>Źródło pomiaru: sprawozdanie (opracowanie własne LGD)</p> |
|--|--|---|--|--|--|

|  |  |   |   |  |  |
|--|--|---|---|--|--|
| <p>Uzyskanie informacji zwrotnej na temat jakości działań LGD i wdrażania LSR.</p> | <p>Badanie satysfakcji odbiorców działań komunikacyjnych LGD</p> | <p>Ankiety / sondaże badające jakość prowadzonych działań komunikacyjnych mające na celu zbieranie informacji zwrotnej nt. oceny poziomu obsługi w biurze LGD, jakości doradztwa, informowania, szkolenia, promocji</p> | <p>- wszystkie grupy docelowe wskazane w planie komunikacji</p> | <p>- bieżące monitorowanie satysfakcji zbierane i analizowane przez Zarząd i zespół roboczy<br/>- 2 badania okresowe w latach 2023-2025, 2026-2029</p> | <p>- analiza min. 100 ankiet w każdym badaniu ewaluacyjnym<br/>Źródło pomiaru: opracowanie ankiet z wynikami</p> |
|--|--|---|---|--|--|

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 Instytucje Zarządzające oraz księgą wizualizacji w zakresie Planu Strategicznego Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-2029 (PS WPR). We wszystkich działaniach Planu Komunikacji LGD będzie podawać informacje odpowiednio o wsparciu z Funduszy dla Kujaw i Pomorza na lata 2021-2027 lub PS WPR m.in. poprzez zamieszczenie na oficjalnej stronie LGD Ziemia Gotyku informacji o źródłach finansowania Planu komunikacji z lokalną społecznością i LSR ze środków ww. dwóch programów współfinansowanych ze środków Unii Europejskiej z podaniem celów i rezultatów, zamieszczenie w widoczny sposób informacji z podkreśleniem faktu otrzymania wsparcia z Unii Europejskiej w dokumentach i materiałach związanych z komunikacją dotyczących wdrażania operacji, przeznaczonych dla opinii publicznej lub uczestników, a także poprzez umieszczenie w miejscu dobrze widocznym dla ogółu co najmniej jednego plakatu o wymiarze minimum A3 lub podobnej wielkości elektronicznego wyświetlacza, na których znajdują się informacje o operacji z podkreśleniem faktu otrzymania wsparcia z Funduszy.

#### **4. Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań**

Okres realizacji planu komunikacji przypadnie na lata 2023-2029. Planowane jest uruchamianie poszczególnych działań komunikacyjnych w okresach półrocznych lub rocznych. Zgodnie z zapisami umowy ramowej, podobnie jak w okresie 2014-2020, LGD każdorazowo będzie przedkładać Zarządowi Województwa szczegółowy harmonogram realizacji planu komunikacji, w terminie do 30 listopada każdego roku realizacji LSR, na rok następny, a w przypadku pierwszego harmonogramu realizacji planu komunikacji – w terminie 60 dni od dnia zawarcia umowy ramowej. W harmonogramie realizacji planu komunikacji będą określone planowane roczne wartości wskaźników działań komunikacyjnych oraz efektów działań i sposób pomiaru wraz ze szczegółowym budżetem Planu komunikacji.

Po zawarciu umowy ramowej o warunkach i sposobie realizacji LSR, w 2023 roku planowane jest stworzenie i prowadzenie bazy mailowej lokalnych liderów, stworzenie newslettera do strony internetowej LGD, funkcjonowanie strony internetowej LGD i profilu w mediach społecznościowych oraz udzielanie informacji w biurze LGD o LSR i planowanych naborach. Od 2024 do 2028 będą kontynuowane te działania oraz działania cykliczne planowane w każdym roku, a więc otwarte spotkania informacyjno-konsultacyjne w każdym sołectwie oraz w każdej gminie, coroczne otwarte wydarzenie, które ma na celu zintegrowanie i aktywizowanie społeczności obszaru LSR oraz przedstawienia dotychczasowych działań LGD, stały rozwój lokalnej bazy partnerów poprzez pozyskiwanie nowych partnerów i zamieszczanie nowych ogłoszeń, bieżące monitorowanie satysfakcji zbierane i analizowane przez Zarząd i zespół roboczy. Badania satysfakcji odbiorców działań komunikacyjnych LGD zaplanowano za okresy lat 2023-2025, 2026-2028.

Natomiast szkolenia w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy / powierzenie grantu organizowane będą zgodnie z harmonogramem naborów wniosków prowadzonych w okresie realizacji LSR - przed ogłoszeniem naboru lub w trakcie trwania naboru (oddzielnie dla każdego naboru lub łącznie dla kilku naborów trwających w podobnym okresie). Towarzyszyć im będą min. 3 **działania animacyjne i/lub sieciujące** w okresie realizacji planu komunikacji oraz min. 2 warsztaty aktywizujące społeczność rozłożone w okresie realizacji planu komunikacji.

Materiały promujące obszar LSR oraz efekty wdrażania LSR np. krótkie filmy/ animacje/ interaktywne mapy promujące obszar LSR oraz efekty wdrażania LSR są zaplanowane w latach 2025, 2026, 2028. Kampanie związane z ważnym celem społecznym LSR są zaplanowane w latach 2024, 2027, 2028.

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

Komunikowanie społeczne zastosowane przez LGD ma interaktywny charakter. Oznacza to z jednej strony, że LGD w sposób efektywny przekazuje mieszkańcom informacje, z drugiej, że stworzone są kanały przekazu pozwalające mieszkańcom wyrażać ich opinie i poglądy.

Wyżej wymienione działania komunikacyjne i użyte środki przekazu mają doprowadzić do wykreowania pozytywnego wizerunku LGD jako organizacji potrafiącej w efektywny sposób zarządzać i wykorzystywać fundusze Unii Europejskiej w ramach instrumentu Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność. Poprzez działania promocyjne LGD będzie promowała na bieżąco także efekty realizacji LSR, aktywność instytucji i przedsiębiorców w pozyskiwaniu środków poprzez informowanie o liczbie wniosków i zrealizowanych inwestycjach ze środków unijnych. Działalność LGD i możliwości wynikające z LSR będą ukazywane za pomocą prostych i pozytywnych technik medialnych, docierających do jak najszerszej grupy odbiorców, które będą miały charakter ciągły i będą podlegały ocenie pod kątem ich efektywności. Badania oceny efektywności działań komunikacyjnych będą prowadzone poprzez sondaże online i ankiety np. ze szkoleń, spotkań informacyjnych, jakości świadczonego doradztwa oraz badania efektywności komunikacyjnej działalności LGD w ramach badań ewaluacyjnych LGD. Miernikiem efektywności będzie również wzrost świadomości mieszkańców na temat funkcjonowania LGD i korzyści z niej płynących.

LGD przewiduje cykliczne **badanie stosowanych środków przekazu i zaproponowanych działań komunikacyjnych** pod kątem osiągnięcia planowanych efektów, a także racjonalnego wykorzystania budżetu planu komunikacji. Dane są zbierane na bieżąco w trakcie realizacji działań komunikacyjnych, w szczególności bezpośrednich form przekazu np. **ankiety zadowolenia z doradztwa, ankiety oceny szkoleń, konferencji, spotkań konsultacyjnych, animacyjnych**. W sytuacji, gdy zakładane efekty będą niezadowolające, LGD będzie poszukiwać innych form komunikacji i środków przekazu korygując plan komunikacji.

LGD w planie komunikacji przewiduje **cel związany z uzyskaniem informacji zwrotnej na temat jakości działań LGD i wdrażania LSR**. Informacje te będą pozyskiwane poprzez badanie satysfakcji odbiorców działań komunikacyjnych LGD, w szczególności bezpośrednich form komunikacji, pozwalających na uzyskanie bieżącej informacji zwrotnej po uzyskaniu usługi doradczej, po udziale w szkoleniu, seminarium, konferencji, spotkaniu informacyjnym itp. Ponadto **Zarząd wraz z powołanym zespołem roboczym ds. przygotowania i wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju w perspektywie 2021-2027 będzie raz w roku dokonywał podsumowania efektywności Planu komunikacji** i wspólnie będą podejmowane decyzje o ewentualnych zmianach w zakresie środków komunikacji, które nie są skuteczne lub są zbyt czasochłonne i mało efektywne korzyści w stosunku do nakładów pracy i środków w ramach LSR.

## 6. Całkowity budżet przewidziany na działania komunikacyjne w okresie realizacji LSR

LGD będzie finansowało działania komunikacyjne w ramach kosztów zarządzania LGD, przewidzianych dla LGD w ramach PS WPR na lata 2023-2029 oraz kosztów pośrednich obsługi projektów współfinansowanych ze środków EFS+. Całkowity koszt związany z realizacją działań komunikacyjnych będzie wynosił maksymalnie **200 000,00 EUR**, w tym wynagrodzenia pracowników biura, odpowiedzialnych za realizację większości działań komunikacyjnych.

Łysomice, 08.08.2023

**Marlola Epa-Pikuła**

**Prezes Zarządu  
LGD Ziemia Gotyku**

**Agata Sidorowicz**  
**Wiceprezes Zarządu  
LGD Ziemia Gotyku**