



Plan
Strategiczny dla
Wspólnej
Polityki
Rolnej
na lata 2023-2027



**DOLNY
ŚLĄSK**

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Załącznik nr 2 do umowy nr 00004.UM01.6572.10017.2023 z dnia 16 Stycznia 2024 r.

PLAN KOMUNIKACJI LGD PARTNERSTWO DUCHA GÓR NA LATA 2023-2027

LOKALNA STRATEGIA ROZWOJU 2023-27(29)

I. Założenia planu komunikacji

Plan komunikacji z lokalną społecznością na lata 2023-2027 to dokument określający zasady prowadzenia działań informacyjno - promocyjnych przez LGD Partnerstwo Ducha Gór w odniesieniu do środków pomocowych Unii Europejskiej, ze środków EFFROW, Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-27(29) jako głównego funduszu z jakiego finansowana jest LSR 2023-27(29) LGD Partnerstwo Ducha Gór w formule bezpośredniej. Wszystkie działania przewidziane Planem Komunikacji 2023-27(29) uwzględniają realizację obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI wynikających z art., 50 ust.1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez właściwe IZ oraz księga wizualizacji w zakresie PS WPR. Informowanie o innych dodatkowych środkach, z jakich będą finansowane cele i przedsięwzięcia LSR (poza WPR), będą finansowane w ramach promocji tych projektów, z jakich zostaną pozyskane środki finansowe, z zaznaczeniem realizacji celów LSR 2023-27(29).

Zakłada się równowagę przekazu medialnego poprzez różne narzędzia, metody i sposoby, z założeniem docierania do różnych odbiorców i dostosowania narzędzi do odbiorców np. poradniki dla wnioskodawców, poradniki tematyczne, podcasty, cyfrowe metody nabywania wiedzy (np. webinary, cyfrowe konsultacje). Ponadto nagrywanie i publikowanie nagrań ze szkoleń, webinarów, w tym z tłumaczeniem na język angielski, które osoby zainteresowane mogą odsłuchać, odtworzyć w dowolnym i dogodnym dla siebie czasie (np. posiadające małe dzieci, obcojęzyczni obywatele Unii Europejskiej mieszkający na obszarze LGD, osoby z innymi potrzebami komunikacyjnymi np. potrzebujące więcej czasu, innego obrazu (rozmiar czcionki, kontrast itd....) dla zrozumienia przekazu, osoby pracujące).

Dodatkowym założeniem Planu Komunikacji jest wcześniejsze planowanie, informowanie, zapraszanie na wydarzenia z odpowiednim wyprzedzeniem tj. co najmniej 30 dni przed datą wydarzenia, a w wyjątkowych sytuacjach co najmniej z 14-dniowym wyprzedzeniem.

Zakładane wskaźniki ilościowe mają charakter szacunkowy.

II. Przesłanki do przygotowania szczegółowych treści Planu Komunikacji:

Plan komunikacji LGD Partnerstwo Ducha Gór uwzględnia:

1. Wyniki konsultacji społecznych i zapisy w LSR w zakresie informowania, angażowania i partycypacji mieszkańców zainteresowanych dotacjami, współpracą, włączeniem się w aktywność oraz tych, którzy do tej pory słabiej interesowali się możliwościami jakie tworzy wdrażanie LSR na obszarze LGD Partnerstwo Ducha Gór.
2. Zamiar włączenia osób i grup społecznych we wdrażanie LSR oraz innych projektów realizujących cele LSR 2023-27(29),
3. Docieranie z informacją i angażowanie we wdrażanie LSR osób będących grupami docelowymi określonymi w LSR, w tym osób w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR 2023-27(29): osób z różnymi niepełnosprawnościami, kobiet, rolników niskotowarowych, osób poszukujących pracy i pozostających poza zatrudnieniem, osób do 25 r. ż. i seniorów 60+.
4. Sprawne i skuteczne wdrażanie LSR 2023-27(29).
5. Szerokie informowanie mieszkańców o celach i przedsięwzięciach LSR 2023-27(29) i LGD Partnerstwo Ducha Gór.
6. Troska i wsparcie wnioskodawców i beneficjentów w planowaniu, realizacji i rozliczaniu operacji i projektów w ramach LSR 2023-27(29),
7. Informowanie mieszkańców o efektach wdrażania LSR 2023-27(29),
8. Monitorowanie i sprawdzanie efektywności prowadzonych działań w ramach Planu Komunikacji.

Plan komunikacji LGD Partnerstwo Ducha Gór uwzględnia ponadto:

1. Standardy pracy z młodzieżą – przyjęte zasady, metody pracy z młodzieżą.
2. Standardy pracy z seniorami – przyjęte zasady, metody pracy z seniorami.
3. Standardy konsultacji społecznych – zasady, terminy i formy społecznych konsultacji.
4. Standardy równości kobiet i mężczyzn, równości szans i niedyskryminacji – zasady i formy zapobiegania nierównościom kobiet i mężczyzn, niedyskryminacji ze względu na płeć, rasę, pochodzenie etniczne, religię, światopogląd, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną.
5. Zielony standard organizacji spotkań, wydarzeń, funkcjonowania LGD – zasady oszczędnego korzystania z zasobów, nie generowania śmieci, korzystania z nieszkodzących środowisku materiałów.
6. Regulamin dot. grup doradczych – zasady powoływania i funkcjonowania tych grup w LGD.
7. Regulamin dot. grup zadaniowo-realizacyjnych – zasady powoływania i funkcjonowania w LGD.
8. Regulamin zgłaszania nowych inicjatyw, wniosków i postulatów dot. funkcjonowania LGD – zasady zgłaszania i postępowania Zarządu LGD w tej sprawie.
9. Regulamin zasad komunikacji, organizacji spotkań, wydarzeń z udziałem lokalnej społeczności, różnymi grupami społecznymi – sposoby, metody, formy dogodnej komunikacji.

III. Cele:

1. Zwiększenie zasięgu i skuteczności informacji o WPR 2023-27(29) oraz innych funduszach z jakich finansowane są cele LSR, partycypacji społecznej, włączeniu w prace LGD i o LGD Partnerstwo Ducha Gór.
2. Zwiększenie różnorodności form i metod przekazu o WPR 2023-27(29) oraz innych funduszach z jakich finansowane są cele LSR, partycypacji społecznej, włączeniu w prace LGD i o LGD Partnerstwo Ducha Gór.
3. Poprawa włączenia różnych osób i grup z obszaru LGD, w tym w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR 2023-27(29).
4. Poprawa wiedzy mieszkańców na temat LSR, przygotowania wnioskodawców do korzystania ze środków dostępnych za pośrednictwem LGD.

IV. Działania w zakresach:

- a) informowanie i edukacja wszystkich mieszkańców o roli i znaczeniu Wspólnej Polityki Rolnej jako głównym funduszu z jakiego finansowana jest LSR 2023-27(29),
- b) informowanie i edukacja wszystkich mieszkańców o roli i znaczeniu innych funduszy publicznych, w tym Unii Europejskiej EFSI (poza WPR), innych funduszach krajowych, z których LGD finansuje realizację celów i przedsięwzięć LSR 2027(29),
- c) informowanie i edukacja wszystkich mieszkańców o roli i znaczeniu partycypacji społecznej, możliwościach włączenia się w prace LGD i o LGD Partnerstwo Ducha Gór,
- d) informowanie i edukacja liderów środowisk lokalnych, grup docelowych określonych w LSR: samorządów lokalnych, przedstawicieli organizacji pozarządowych, przedsiębiorców, lokalne społeczności, kooperatywy i sieci współpracy, w tym osób w niekorzystnej sytuacji: rolników niskotowarowych, młodzieży, seniorów, osób z niepełnosprawnościami oraz ich opiekunów, kobiet, osób poszukujących pracy w zakresie możliwości uzyskania dofinansowania, realizacji i rozliczania w ramach LSR 2027(29),
- e) poszerzenie środków, form i metod komunikacji z lokalną społecznością,
- f) badanie skuteczności form komunikacji w odniesieniu do konkretnych odbiorców,
- g) informowanie i konsultowanie zmian, aktualizacji LSR,
- h) informowanie o efektach wdrażania LSR 2023-27(29).

V. Opis działań komunikacyjnych, grup docelowych, środków przekazu, opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych

Opis działań komunikacyjnych, grup docelowych, środków przekazu, opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych LGD Partnerstwo Duchy Gór w okresie 2024-27(29)

lp	nazwa działania komunikacyjnego	zakładany wskaźnik (produktu)	adresaci działania komunikacyjnego (grupa docelowa)	środki przekazu/narzędzia komunikacji	planowane efekty działań komunikacyjnych (wskaźnik rezultatu)
1	Kampania informacyjna i promocyjna dot. na temat LGD, nowej LSR na lata 2023-2027, włączenia w działania LGD 2024-2026	3 kampanie promocyjno-informacyjne – komplet działań 1 raz w roku	Mieszkańcy, potencjalni wnioskodawcy z obszaru LGD, w tym z grup docelowych określonych w LSR: samorządów lokalnych, przedstawicieli organizacji pozarządowych, przedsiębiorców, lokalne społeczności, kooperatywy i sieci współpracy, w tym osób w niekorzystnej sytuacji: rolników niskotowarowych, młodzieży, seniorów, osób z niepełnosprawnościami oraz ich opiekunów, kobiet, osób poszukujących pracy	<ul style="list-style-type: none"> - strony i portale internetowe LGD, samorządów partnerskich, członków, lokalnej prasy, partnerów - media społecznościowe LGD, samorządów partnerskich, członków, lokalnej prasy, sołectw, partnerów - plakat elektroniczny - plakaty drukowane rozwieszane we wsiach na tablicach ogłoszeń, w gminach (ograniczona ilość) - ulotki – skrócone informacje „do ręki” - spot radiowy - spot TV - program TV - uproszczony graficzny LSR dla wnioskodawców w wersji elektronicznej (wydruk w biurze LGD tylko na życzenie) - krótki film animowany dot. LGD i LSR - podcasty - gazetki gminne - mailing - ogłoszenia w parafiach z ambony - wysyłka pocztą tradycyjną plakatów i ulotek do: gmin, sołtysów, parafii, lokalnych liderów, NGO, organizacji sieciowych i branżowych, bibliotek - obecność na wydawnictwach w gminach z punktem informacyjno-konsultacyjnym - obecność na Radach Gmin/Miast obszaru LGD 	25 000 osób poinformowanych
2	Spotkania lub wydarzenia lub szkolenia lub webinaria adresowane do wszystkich	16 spotkań/wyda		zaproszenia i zapowiedzi na wydarzenia: - strony i portale internetowe LGD, samorządów partnerskich, członków, lokalnej prasy,	160 osób zwiększy wiedzę we wskazanym zakresie

	<p>zainteresowanych, przedstawiające możliwości działania, uzyskania finansowania w ramach LSR w całym spektrum, realizacji i rozliczeń projektów, włączenia w działania LGD</p> <p>2024-2027</p>	<p>rzeń/webinaró w (po 2 w każdej gminie partnerskiej)</p>		<ul style="list-style-type: none"> - mailowe - plakat elektroniczny - plakaty drukowane rozwieszana we wsiach na tablicach ogłoszeń, w gminach, - zapowiedź - spot TV - gazetki gminne - mailing - ogłoszenia w parafiach z ambony - wysyłka pocztą tradycyjną plakatów i ulotek do: gmin, sołtysów, parafii, lokalnych liderów, NGO, organizacji sieciowych i branżowych, bibliotek - obecność na wydarzeniach w gminach z punktem informacyjno-konsultacyjnym - telefony -poczta pantoflowa <p>Relacje z wydarzeń jw. (odpowiednie).</p>	
3	<p>Tematyczne spotkania lub wydarzenia lub szkolenia lub webinaria lub forum lub grup roboczych adresowane do konkretnych grup odbiorców lub wnioskodawców, przedstawiające możliwości działania, uzyskania finansowania w ramach LSR, realizacji i rozliczeń projektów, włączenia w działania LGD</p> <p>2024-2027</p>	<p>20 tematycznych</p>	<p>Grupy docelowe określone w LSR: samorządy lokalne, przedstawiciele organizacji pozarządowych, liderzy, przedsiębiorcy, lokalne społeczności, kooperatywy i sieci współpracy, sołtysi, osoby w niekorzystnej sytuacji: rolnicy niskotowarowi, młodzież, seniorzy, osoby z niepełnosprawnościami oraz ich opiekunowie, kobiety, osoby poszukujące pracy</p>	<p>zaproszenia i zapowiedzi na wydarzenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - strony i portale internetowe LGD, samorządów partnerskich, członków, lokalnej prasy, - mailowe - plakat elektroniczny - plakaty drukowane rozwieszana we wsiach na tablicach ogłoszeń, w gminach, - zapowiedź - spot TV - gazetki gminne - mailing - ogłoszenia w parafiach z ambony - wysyłka pocztą tradycyjną plakatów i ulotek do: gmin, sołtysów, parafii, lokalnych liderów, NGO, organizacji sieciowych i branżowych, bibliotek - obecność na wydarzeniach w gminach z punktem informacyjno-konsultacyjnym - telefony -poczta pantoflowa <p>Relacje z wydarzeń jw. (odpowiednie).</p>	<p>200 osób nabędzie wiedzę we wskazanym zakresie</p>

4	Poradniki dla wnioskodawców adresowane do konkretnego odbiorcy i planowanych dotacji dla: przedsiębiorców, młodzieży do 25 lat, seniorów 60+, rolników, kobiet, osób z niepełnosprawnościami, poszukujących pracy, obcokrajowców - obywateli UE mieszkających na obszarze 2024-25	5 poradników w wersji elektronicznej na telefon i komputer, w tym w j. ang. druk na życzenie w biurze LGD		<ul style="list-style-type: none"> - zamieszczenie na stronach i portalach internetowych LGD, samorządów partnerskich, członków, lokalnej prasy, - wysyłka mailowa - plakat elektroniczny - plakaty drukowane rozwieszana we wsiach na tablicach ogłoszeń, w gminach, - zapowiedź - spot TV - gazetki gminne - mailing - dystrybucja podczas wydarzeń w gminach z punktem informacyjno-konsultacyjnym 	1000 osób uzyska dostęp do poradników
5	Baza projektów 2024-27	1 publiczna baza	Mieszkańcy, potencjalni wnioskodawcy z obszaru LGD, w tym z grup docelowych określonych w LSR: samorządów lokalnych, przedstawicieli organizacji pozarządowych, przedsiębiorców, lokalne społeczności, kooperatywy i sieci współpracy, w tym osób w niekorzystnej sytuacji: rolników niskotowarowych, młodzieży, seniorów, osób z niepełnosprawnościami oraz ich opiekunów, kobiet, osób poszukujących pracy	www.duchgor.org , promocja w mediach społecznościowych LGD, podczas wydarzeń, w publikacjach, poradnikach, spotach	100 osób skorzysta z bazy
6	Baza partnerów 2024-27	1 publiczna baza		www.duchgor.org , promocja w mediach społecznościowych LGD, podczas wydarzeń, w publikacjach, poradnikach, spotach	100 osób skorzysta z bazy
7	Bank pomysłów - fiski projektowe 2024-2027	1 publiczna baza		www.duchgor.org , promocja w mediach społecznościowych LGD, podczas wydarzeń, w publikacjach, poradnikach, spotach	100 osób skorzysta z bazy
8	Formularz pomysłów, uwag i spostrzeżeń w odniesieniu do działania LGD 2024-2027	1 formularz na www LGD		www.duchgor.org , promocja w mediach społecznościowych LGD, podczas wydarzeń, w publikacjach, poradnikach, spotach	50 osób skorzysta z wypełnienia formularza

9	Spotkania zespołów: doradczego i zespołów zadaniowo-realizacyjnych 2024-2027	15 spotkań	Liderzy środowisk i eksperci, osoby informujące dalej i przekazujące informacje, potencjalni wnioskodawcy	Zaproszenia mailowe, telefoniczne, czat	
10	Badanie opinii dotyczącej spotkań lub wydarzeń adresowanych do mieszkańców 2024-2027	4 badania	Mieszkańcy, potencjalni wnioskodawcy z obszaru LGD, w tym z grup docelowych określonych w LSR: samorządów lokalnych, przedstawicieli organizacji	ankieta on-line na www oraz wysłana drogą e-mail	200 osób wyrazi opinię nt. zakresu i metod spotkań/wydarzeń LGD; wyniki użyte do ewentualnych korekt w tym zakresie
11	Badania monitorujące skuteczność stosowanych form komunikacji 2024-2027	4 badania	pozarządowych, przedsiębiorców, lokalne społeczności, kooperatywy i sieci współpracy, w tym osób w niekorzystnej sytuacji: rolników niskotowarowych, młodzieży, seniorów, osób z niepełnosprawnościami oraz ich opiekunów, kobiet, osób poszukujących pracy	ankieta on-line na www oraz wysłana drogą e-mail	200 osób wyrazi opinię nt. stosowanych form komunikacji przez LGD; wyniki użyte do ewentualnych korekt w tym zakresie
12	Promocja standardów LGD 2024-2027	2 kampanie		www.duchgor.org , w mediach społecznościowych LGD	500 osób skorzysta z informacji
13	Publikowanie wyników ewaluacji wewnętrznej i zewnętrznej 2024-2027	7 publikacji		www.duchgor.org , w mediach społecznościowych LGD	
14	Publikowanie wyników konsultacji społecznych i wyników zgłaszanych pomysłów, uwag 2024-2027	20 publikacji		www.duchgor.org , w mediach społecznościowych LGD	
15	Publikowanie materiałów i nagrań dot. szkoleń, spotkań, wydarzeń 2024-2027	10 publikacji		www.duchgor.org , w mediach społecznościowych LGD	

Raz w roku posumowane zostaną badania opinii dotyczącej spotkań lub wydarzeń adresowanych do mieszkańców oraz monitorujące skuteczność stosowanych form komunikacji. Ankieta dostępna będzie w sposób ciągły na stronie internetowej oraz udostępniania w czasie spotkań bezpośrednich z grupami docelowymi. Celem corocznych badań będzie ocena jakości prowadzonych działań komunikacyjnych, zadowolenia odbiorców, realizacji założonych w planie komunikacji celów i osiągniętych efektów, zdiagnozowaniu ewentualnych problemów, a także uzyskanie informacji co do potrzeb i oczekiwań odbiorców w tym zakresie. Uzpełnieniem tak uzyskiwanych opinii i ocen będą indywidualne rozmowy prowadzone w czasie szkoleń, doradztwa dotyczące poziomu komunikacji, jej jakości i efektywności.

VI. Tryb korygowania planu komunikacji: W sytuacji, gdy przeprowadzone badania wykażą, iż cele bądź efekty nie są osiągnięte, Zarząd LGD opracuje konieczne zmiany do planu komunikacji odzwierciedlające potrzeby grup docelowych. Zadaniem biura LGD będzie wdrożenie wprowadzonych zmian. Wyniki badań z zakresu podejmowanych działań komunikacyjnych, realizacji założonych celów i osiągania efektów w tym zakresie przekazywane będą członkom LGD, upubliczniane na stronie internetowej LGD i w mediach społecznościowych w formie opracowanego raportu. Posłużą do ewentualnego skorygowania działań komunikacyjnych, większym wykorzystaniu tych środków przekazu, które przynoszą najlepsze efekty oraz rezygnacji z tych działań, które są mało efektywne. Będą stanowiły źródło informacji, jak w efektywniejszy sposób docierać do grup docelowych, by zaspokajać ich potrzeby i oczekiwania w zakresie komunikacji. Posłużą także, jako źródło dialogu i wymiany poglądów pomiędzy podmiotami wdrażającymi LSR.

VII. Budżet przewidziany na działania komunikacyjne

Koordinacja działań w ramach planu komunikacji prowadzona będzie głównie przez Dyrektora Biura LGD, zaś koszty związane z jego wdrożeniem zostaną w całości pokryte ze środków przeznaczonych w LSR na zarządzanie LSR. Przewidywane koszty 10 000 EUR na koszty: mediów zewnętrznych, opracowanie i skład graficzny publikacji, tłumaczenia, nagrania, obsługa www oraz mediów społecznościowych.