

PLAN KOMUNIKACJI

Stowarzyszenia "Między Wisłą a Kampinosem"

na lata 2023 - 2027

Plan komunikacji został opracowany na podstawie wyników konsultacji, badań ankietowych oraz wywiadów pogłębionych. Dodatkowo uwzględniono doświadczenia związane z wdrażaniem planu komunikacji w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich (PROW) na lata 2014-2020. Plan komunikacji jest odrębnym dokumentem od Lokalnej Strategii Rozwoju (dalej: LSR).

Plan ten zawiera:

- a) Prezentację głównych celów i przesłanek, które legły u podstaw jego opracowania. W planie komunikacji są jasno określone cele, które mają być osiągnięte poprzez działania komunikacyjne.
- b) Opis działań komunikacyjnych, grup docelowych oraz środków przekazu. Plan precyzyjnie określa planowane działania komunikacyjne, grupy docelowe oraz środki przekazu, które będą wykorzystywane. Ponadto, uwzględnia również działania podejmowane w przypadku problemów z realizacją LSR oraz w sytuacji niskiego poparcia społecznego dla działań Stowarzyszenia "Między Wisłą a Kampinosem" (dalej: LGD).
- c) Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz oczekiwanych efektów. Plan komunikacji precyzuje wskaźniki, które będą monitorowane w celu oceny postępów i efektywności działań komunikacyjnych.
- d) Opis sposobu analizy efektywności działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu, w tym tryb korygowania planu komunikacji. Plan zawiera strategię analizy efektywności działań komunikacyjnych, które będą regularnie oceniane i monitorowane. Jeśli konieczne, plan zakłada wprowadzanie korekt i aktualizacji w celu dostosowania działań do identyfikowanych potrzeb.
- e) Indykatywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne, wraz z wskazaniem głównych kategorii wydatków. Plan komunikacji zawiera szacunkowy budżet na realizację działań komunikacyjnych, wskazując główne kategorie wydatków.

Ponadto, Plan komunikacji uwzględnia również obowiązki komunikacyjne beneficjentów EFSI (Europejskiego Funduszu Społecznego i Inwestycyjnego) zgodnie z przepisami rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasadami komunikacji. Plan ten jest również zgodny z informacjami przekazanymi przez właściwe Instytucje Zarządzające (IZ) oraz uwzględnia wymogi wizualizacji związane z PS WPR (Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich).

I. Cele działań komunikacyjnych w ramach Planu Komunikacji są następujące:

1. Informowanie mieszkańców obszaru o Lokalnej Strategii Rozwoju (LSR) na lata 2023-2027, która jest finansowana ze środków Planu Strategicznego (PS) dla Wspólnej Polityki Rolnej (WPR) na lata 2023-2027. Celem jest zapewnienie informacji na temat celów, zakresu i postępów realizacji LSR.
2. Przygotowanie potencjalnych wnioskodawców do aplikowania o wsparcie z PS dla WPR na lata 2023-2027, które jest dostępne w ramach LSR Stowarzyszenia "Między Wisłą a Kampinosem". Działania komunikacyjne mają na celu przekazanie informacji na temat możliwości finansowania oraz wymagań dotyczących wniosków.
3. Przekazywanie informacji mieszkańcom obszaru działania oraz potencjalnym wnioskodawcom, w szczególności bezrobotnym, grupie osób znajdujących się w niekorzystnej sytuacji opisanych w LSR, seniorom, młodzieży oraz jednostkom samorządu terytorialnego (JST), dotyczących planowanych naborów wniosków, lokalnych kryteriów wyboru oraz zasad ich oceny.

4. Wsparcie beneficjentów w procesie realizacji operacji, aby podnieśli jakość wniosków i wzmocnili oddziaływanie realizowanych operacji. Działania komunikacyjne mają na celu udzielenie wsparcia, udzielanie informacji i porad dotyczących procesu realizacji projektów.
5. Uzyskanie informacji zwrotnej na temat potrzeb, oceny jakości prowadzonych działań oraz ewentualnych deficytów komunikacyjnych. Plan Komunikacji uwzględnia system zbierania opinii i informacji zwrotnych od mieszkańców i beneficjentów, co pozwala na ciągłe doskonalenie działań komunikacyjnych.
6. Wzmocnienie zaangażowania członków Stowarzyszenia "Między Wisłą a Kampinosem" w działania na rzecz sprawnego funkcjonowania Stowarzyszenia. Działania komunikacyjne mają na celu budowanie więzi i zaangażowanie członków w cele i działania Stowarzyszenia.
7. Upowszechnianie informacji na temat efektów zrealizowanych operacji w ramach LSR oraz uzyskanie akceptacji społecznej dla działań realizowanych w ramach LSR. Celem jest skierowanie uwagi lokalnej społeczności na pozytywne zmiany zachodzące na obszarze LGD.
8. Prezentowanie dobrych praktyk opartych na operacjach zrealizowanych w ramach LSR oraz udostępnianie ich jako inspiracji dla kolejnych wnioskodawców. Działania komunikacyjne mają na celu promowanie i propagowanie udanych rozwiązań, które zostały zrealizowane w ramach LSR. Poprzez udostępnianie tych dobrych praktyk, planuje się inspirować kolejnych wnioskodawców do tworzenia innowacyjnych i efektywnych projektów.

Wszystkie te cele mają na celu skuteczne informowanie, angażowanie i zaangażowanie mieszkańców obszaru LGD, potencjalnych wnioskodawców, beneficjentów oraz członków Stowarzyszenia "Między Wisłą a Kampinosem". Poprzez efektywną komunikację, planuje się budować pozytywny wizerunek programu, promować jego osiągnięcia oraz zachęcać do udziału w procesie rozwoju lokalnego.

Działania komunikacyjne zostaną dostosowane do specyfiki grup odbiorców i wykorzystają różne kanały komunikacji, takie jak strony internetowe, media społecznościowe, spotkania informacyjne, szkolenia, materiały promocyjne i edukacyjne. Plan Komunikacji będzie monitorowany i ewentualnie modyfikowany w celu osiągnięcia zamierzonych celów komunikacyjnych.

II. Działania komunikacyjne zaplanowane w ramach Planu Komunikacji obejmują:

1. Kampania promocyjna:
 - Środki przekazu: strona internetowa www.lgdkampinos.pl, media społecznościowe, stoiska promocyjne podczas lokalnych imprez i wydarzeń, prezentacje dobrych praktyk na stronie internetowej LGD, artykuły w prasie lokalnej (internetowej/papierowej) dotyczące działań LGD.
2. Kampania partycypacyjna/edukacyjna:
 - Środki przekazu: spotkania, szkolenia, indywidualne doradztwo i konsultacje w biurze LGD, szkolenia dotyczące aplikowania o wsparcie (stacjonarne lub online), szkolenia z rozliczania operacji (stacjonarne lub online), warsztaty diagnostyczno-analityczne (stacjonarne lub online), spotkania animacyjne.
3. Kampania informacyjna:
 - Środki przekazu: strona internetowa LGD oraz strony internetowe gmin członkowskich, portale społecznościowe, informacje wywieszane na tablicach informacyjnych w instytucjach, w szczególności w Powiatowych Urzędach Pracy, informacje mailowe rosyłane do członków LGD, artykuły prasowe, plakaty, ulotki.
4. Monitoring:
 - Planowane środki przekazu: ankiety monitorujące zakończone operacje, ankietę online badającą skuteczność prowadzenia działań komunikacyjnych.

Grupy docelowe działań komunikacyjnych obejmują mieszkańców obszaru działania, potencjalnych wnioskodawców (w szczególności bezrobotnych, grupy osób znajdujących się w niekorzystnej sytuacji opisanych w LSR, seniorom, młodzieży oraz jednostki samorządu terytorialnego), beneficjentów, członków Stowarzyszenia "Między Wisłą a Kampinosem" oraz lokalną społeczność.

Poprzez różnorodne środki przekazu, takie jak strony internetowe, media społecznościowe, spotkania, szkolenia, informacje prasowe itp., Plan Komunikacji ma na celu dotarcie do jak największej liczby osób z grup docelowych i zapewnienie im dostępu do informacji, wsparcia i inspiracji związanych z LSR i realizowanymi operacjami.

Działania monitoringu, w tym ankiety i badania online, umożliwią zbieranie informacji zwrotnych od uczestników i ocenę skuteczności działań komunikacyjnych, co pozwoli na ciągle doskonalenie procesu komunikacji i dostosowanie go do potrzeb i oczekiwań grup docelowych.

Grupy docelowe działań komunikacyjnych, które zostały określone w Planie Komunikacji dla obszaru Stowarzyszenia "Między Wisłą a Kampinosem" w ramach LSR, obejmują mieszkańców, wnioskodawców i potencjalnych beneficjentów z obszaru Stowarzyszenia:

- Jednostki sektora finansów publicznych i ich jednostki organizacyjne;
- Przedstawiciele sektora gospodarczego, w tym mikroprzedsiębiorstwa, małe przedsiębiorstwa, osoby fizyczne (w tym rolnicy), małe gospodarstwa rolne;
- Przedstawiciele sektora społecznego, takich jak: organizacje pozarządowe, kościoły i związki wyznaniowe, dobrowolne zrzeszenia i ruchy obywatelskie, lokalne grupy działania (LGD);
- Grupy docelowe określone w LSR, takie jak: seniorzy (osoby powyżej 60. roku życia), osoby młode do 25. roku życia, turyści, osoby znajdujące się w niekorzystnej sytuacji (kobiety, rolnicy z małych gospodarstw rolnych, osoby poszukujące zatrudnienia, osoby z niepełnosprawnościami oraz ich opiekunowie).

W przypadku napotkania problemów z realizacją LSR lub niskiego poparcia społecznego, pracownicy Biura LGD zintensyfikują działania komunikacyjne w celu skuteczniejszego dotarcia do grup docelowych i rozwiązania występujących trudności. W trakcie realizacji działań komunikacyjnych będą przestrzegane zasady równości szans i niedyskryminacji, zapewniona zostanie dostępność dla osób ze szczególnymi potrzebami oraz równość szans dla kobiet i mężczyzn.

Zapewnienie dostępności i uwzględnienie różnorodności grup docelowych ma na celu zapewnić, że informacje dotrą do wszystkich zainteresowanych stron, a proces komunikacji będzie sprawiedliwy i otwarty dla wszystkich uczestników.

III. Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych:

Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu będzie kluczowym elementem procesu komunikacji w ramach Planu Komunikacji. Aby zapewnić skuteczność działań, będą regularnie oceniane przez społeczność lokalną, która jest głównym odbiorcą komunikacji.

Opinie uczestników, w tym mieszkańców, wnioskodawców i beneficjentów, będą gromadzone na bieżąco. Informacje zwrotne będą stanowić cenne źródło informacji, umożliwiające ocenę efektywności działań komunikacyjnych i identyfikację obszarów wymagających poprawy. Jeśli analiza pokaże, że rezultaty działań są niezadowalające, zostaną podjęte działania korygujące i naprawcze, które zostaną dostosowane do zidentyfikowanych potrzeb.

Proces oceny efektywności i ewentualnych zmian w planie komunikacji będzie obejmował konsultacje z odbiorcami, takimi jak mieszkańcy, wnioskodawcy i beneficjenci. Ankiety i spotkania będą wykorzystywane do zebrania opinii i sugestii dotyczących planu komunikacji. Ostateczne modyfikacje planu komunikacji będą poddane zatwierdzeniu przez Zarząd, aby upewnić się, że uwzględniają one najlepsze praktyki i oczekiwania społeczności lokalnej.

Wprowadzenie systematycznej analizy efektywności działań komunikacyjnych oraz uwzględnienie opinii i potrzeb odbiorców pozwoli na ciągle doskonalenie procesu komunikacji i dostosowanie go do zmieniających się warunków i oczekiwań społecznych. Jest to istotny element zapewnienia skuteczności i sukcesu Planu Komunikacji w ramach LSR.

IV. Opis planowanych działań komunikacyjnych oraz środków przekazu:

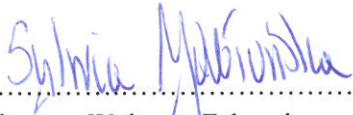
TERMIN	CEL KOMUNIKACJI	NAZWA DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNEGO	ADRESACI DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNEGO	ŚRODKI PRZEKAZU	BUDŻET PRZEWIDZIANY NA DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE
w okresie 2024-2027	- Informowanie mieszkańców obszaru o LSR na lata 2023 – 2027 finansowanej ze środków PS WPR na lata 2023–2027 i postępowach w jej realizacji. - Prezentowanie dobrych praktyk, opartych na operacjach zrealizowanych w ramach LSR, udostępnianie dobrych praktyk będzie inspiracją dla kolejnych wnioskodawców.	Kampania promocyjna	wszyscy mieszkańcy obszaru działania Stowarzyszenia „Między Wisłą a Kampinosem”, w szczególności przedstawiciele grup docelowych określonych w LSR	- strona internetowa - www.lgdkampinos.pl - media społecznościowe	5 200,00
				stoiska promocyjne podczas lokalnych imprez i wydarzeń	32 000,00
				prezentacje dobrych praktyk na stronie internetowej LGD	5 800,00
				artykuły w prasie lokalnej (internetowej/papierowej) na temat działań LGD	10 000,00
				szkolenia z aplikowania o wsparcie (stacjonarne lub online)	21 800,00
w okresie 2024-2027	- Przygotowanie potencjalnych wnioskodawców do aplikowania o wsparcie z PS dla WPR na lata 2023–2027 dostępne w ramach LSR Stowarzyszenia „Między Wisłą a Kampinosem”. - Wsparcie beneficjentów w procesie realizowania operacji w celu podnoszenia jakości wniosków i wzmocnienia oddziaływania realizowanych operacji. - Wzmocnienie zaangażowania członków Stowarzyszenia „Między Wisłą a Kampinosem” w działania na rzecz sprawnego funkcjonowania Stowarzyszenia.	Kampania partycypacyjna/ edukacyjna	- beneficjenci w ramach naborów wnioskodawcy - wszyscy mieszkańcy obszaru działania Stowarzyszenia „Między Wisłą a Kampinosem”	szkolenie z rozliczania operacji (stacjonarne lub online)	25 000,00
				spotkania, indywidualne doradztwo i konsultacje w biurze LGD	0,00
				warsztaty diagnostyczno-analityczne (stacjonarne lub online)	11 200,00

w okresie 2024-2027	– Upowszechnianie informacji na temat efektów zrealizowanych w ramach LSR operacji oraz uzyskanie akceptacji społecznej dla działań realizowanych w ramach LSR w celu zwrócenia uwagi lokalnej społeczności na pozytywne zmiany zachodzące na obszarze LGD. – Przekazywanie mieszkańcom obszaru działania oraz potencjalnym wnioskodawcom (przede wszystkim bezrobotnym, osobom z grup defaworyzowanych, seniorom, młodzieży oraz JST) informacji na temat planowanych naborów wniosków, lokalnych kryteriów wyboru oraz zasad ich oceny.	Kampania informacyjna	– wszyscy mieszkańcy obszaru działania Stowarzyszenia „Między Wisłą a Kampinosem” – członkowie Stowarzyszenia „Między Wisłą a Kampinosem”	– strona internetowa LGD – strony internetowe gmin członkowskich – portale społecznościowe (Facebook, Instagram) – informacje wywieszane na tablicach informacyjnych w instytucjach, w szczególności w Powiatowych Urzędach Pracy – informacje mailowe rozsyłane do członków LGD	0,00
					0,00
					24 000,00
					0,00
w okresie 2024-2027	Spotkania animacyjne dla młodzieży, seniorów oraz osób niekorzystnej sytuacji opisanych w LSR	Kampania partycypacyjna/ edukacyjna	wszyscy mieszkańcy obszaru działania Stowarzyszenia „Między Wisłą a Kampinosem”, w szczególności przedstawiciele grup docelowych określonych w LSR	– szkolenia/warsztaty	15 200,00
					12 000,00
					15 200,00
					0,00
w okresie 2024-2027	Uzyskanie informacji zwrotnej na temat potrzeb, oceny jakości prowadzonych działań oraz ewentualnych deficytów komunikacyjnych.	Monitoring	– beneficjenci w ramach naborów – wszyscy mieszkańcy obszaru działania Stowarzyszenia „Między Wisłą a Kampinosem”	– ankiety monitorujące zakończone operacje – ankieta online badająca skuteczność prowadzenia działań komunikacyjnych	

V. Opis planowanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów:

Lp.	Nazwa wskaźnika	Wartość wskaźnika	Efekt
1.	Ilość wpisów na stronie internetowej LGD	50	Min. 8 000 odsłon strony internetowej (Sposób pomiaru: printscreen statystyk strony)
2.	Ilość wpisów na portalu społecznościowym na Facebook	40	Min. 2 200 odwiedzin portalu (Sposób pomiaru: printscreen statystyk portalu)
3.	Stoisko promocyjne podczas lokalnych imprez i wydarzeń	20	Liczba wydarzeń podczas których uczestnicy uzyskali informacje nt. LSR (Sposób pomiaru: notatka służbowa, dokumentacja zdjęciowa)
4.	Doradztwo i konsultacje	150	Min. 150 osób korzystających z doradztwa i konsultacji (Sposób pomiaru: kserokopia listy doradztwa)
5.	Szkolenia dla wnioskodawców (stacjonarne/online)	12	Min. 75 uczestników warsztatów dla wnioskodawców (Sposób pomiaru: lista obecności/dokumentacja zdjęciowa)
6.	Szkolenia z rozliczania operacji (stacjonarne/online)	15	Min. 60 uczestników szkoleń z rozliczania operacji (Sposób pomiaru: lista obecności/dokumentacja zdjęciowa)
7.	Ankiety monitorujące od beneficjentów	80	Min. 80 osób, które przesyłały ankiety (Sposób pomiaru: kserokopie ankiet)
8.	Artykuły w prasie lokalnej nt. realizacji LSR	10	Min. 5 informacje na temat realizacji LSR (Sposób pomiaru: kserokopie artykułów)
9.	Spotkania informacyjne dla członków LGD	6	Min. 150 uczestników spotkań informacyjnych dla członków LGD (Sposób pomiaru: lista obecności/dokumentacja zdjęciowa)
10.	Plakaty	2500	Min. 2 500 powieszonych plakatów (Sposób pomiaru: protokoły odbioru)
11.	Ulotki	10 000	Min. 10 000 rozdanych ulotek (Sposób pomiaru: protokoły odbioru)
12.	Spotkanie animacyjne dla młodzieży	9	Min. 30 uczestników spotkania animacyjnego (Sposób pomiaru: lista obecności/dokumentacja zdjęciowa)
13.	Spotkanie animacyjne dla seniorów	9	Min. 30 uczestników spotkania animacyjnego (Sposób pomiaru: lista obecności/dokumentacja zdjęciowa)
14.	Spotkanie animacyjne dla osób niekorzystnej sytuacji opisanej w LSR	9	Min. 30 uczestników spotkania animacyjnego (Sposób pomiaru: lista obecności/dokumentacja zdjęciowa)

Zatwierdzenie planu komunikacji następuje uchwałą Walnego Zebrania Członków Stowarzyszenia "Między Wisłą a Kampinosem". Natomiast aktualizacją i realizacją Planu Komunikacji będzie zajmować się Zarząd Stowarzyszenia "Między Wisłą a Kampinosem". Zarząd będzie odpowiedzialny za monitorowanie postępu realizacji planowanych działań komunikacyjnych oraz wprowadzanie ewentualnych aktualizacji w celu dostosowania ich do bieżących potrzeb i warunków obszaru Stowarzyszenia "Między Wisłą a Kampinosem".



Sekretarz Walnego Zebrania



Przewodniczący Walnego Zebrania