

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 Chełmża, Łubianka, Łysomice, Papowo Biskupie i Miasto Chełmża. Jest to istotny proces wynikający z roli, jaką 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 **przewodzonych 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 osiągania 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 najszerzy 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 wyznaczyło 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) Promowanie zasobów lokalnych obszaru LSR.

- g) 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.

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 proces 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. Newsletter to forma bazy e-mail, w której LGD gromadzi adresy osób, które dobrowolnie się zapisały, wyrażając zgodę na otrzymywanie treści. Dzięki temu możliwa jest

regularna komunikacja LGD z określoną grupą odbiorców – w szczególności lokalnymi liderami, takimi jak sołtysi, radni gmin, powiatu i województwa, a także instytucjami kulturalnymi i/lub edukacyjnymi mającymi siedzibę na obszarze LSR (np. bibliotekami, domami kultury, teatrami, szkołami, uniwersytetami trzeciego wieku).

Przez newsletter obligatoryjnie będą przekazywane informacje dotyczące:

- szkoleń dla potencjalnych wnioskodawców/grantobiorców,
- naborów wniosków o przyznanie pomocy/wniosków o powierzenie grantów,
- otwartych wydarzeń organizowanych przez LGD,
- dyżurów Mobilnego Punktu Doradczego (MPD),
- organizacji dorocznego seminarium „Lubię tu być – łączy nas RLKS”.

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 z interfejsem (layoutem), który stanowi załącznik do niniejszego standardu oraz bieżąca jej aktualizacja w ramach której:

- zapewniony zostanie dostęp do informacji o aktualnym harmonogramie naborów oraz wynikach naborów już przeprowadzonych, a także zamieszczona zostanie informacja o wszystkich zrealizowanych projektach w zakresie LSR w ramach EFS+ wraz z relacją zdjęciową.

Informacje, o których mowa w standardzie zostaną zamieszczone na stronie startowej LGD lub istniejącej podstronie, do której bezpośredni dostęp (przekierowanie) będzie znajdowało się na stronie startowej LGD (ważne jest, żeby użytkownikom łatwo było te informacje znaleźć),

- zamieszczone zostanie roczne sprawozdanie z wdrażania LSR za poprzedni rok, niezwłocznie po jego zatwierdzeniu przez ZW.

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.

Z uwagi na główny cel mediów, jakim jest bieżący kontakt z lokalną społecznością, za ich pośrednictwem obligatoryjnie będą przekazywane informacje dotyczące:

- szkoleń dla potencjalnych wnioskodawców/grantobiorców,
- naborów wniosków o przyznanie pomocy/wniosków o powierzenie grantów,
- otwartych wydarzeń organizowanych przez LGD,
- dyżurów Mobilnego Punktu Informacyjnego (MPI) oraz Mobilnego Punktu Doradczego (MPD),
- organizacji dorocznego seminarium „Lubię tu być – łączy nas RLKS”.

- **Organizacja Mobilnych Punktów Doradczych LGD (MPD)** –zapewnienie mieszkańcom obszaru objętego LSR bezpośredniego i regularnego dostępu do doradztwa oraz informacji na temat działań LGD poprzez organizację dyżurów przedstawicieli LGD w gminach. Dyżur MPD organizowany jest minimum raz na kwartał na terenie jednej z wybranych gmin należących do obszaru LGD. Dopuszczalne jest organizowanie dyżurów dla kilku sąsiadujących ze sobą gmin.

- **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.
- **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.
- Działania integracyjno-aktywizacyjne LGD - 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 lub
- organizacja MPI - Mobilnych Punktów Informacyjnych RLKS – punktów organizowanych przez LGD podczas różnorodnych wydarzeń realizowanych na obszarze LSR lub poza obszarem LSR (ale na terenie województwa kujawsko-pomorskiego) przez różne podmioty, w tym LGD. Otwarte wydarzenie/Mobilny Punkt Informacyjny LGD powinny zostać oznakowane roll-upem lub x-baner o min. wymiarach 100x200 cm zgodnym z wizualizacją przekazaną przez ZW.
- **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.

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 angażowania 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, zorganizowanie raz w roku otwartego seminarium LGD (skierowanego do wszystkich grup docelowych wymienionych w standardzie) pn. „**Lubię tu być – łączy nas RLKS**”, podczas którego LGD przedstawi dotychczasowe osiągnięcia oraz postępy we wdrażaniu Lokalnej Strategii Rozwoju (LSR). Wydarzenie będzie również okazją do otwartej dyskusji z uczestnikami na temat potrzeb, wyzwań i pomysłów lokalnych społeczności, co pozwoli na lepsze dopasowanie przyszłych działań LGD (w tym organizowanych naborów) do oczekiwań mieszkańców. Seminarium będzie jednocześnie formą promocji podejścia RLKS w województwie, poprzez prezentację dobrych praktyk oraz aktywizację lokalnych środowisk do współpracy i zaangażowania w rozwój regionu. Dla uczestników seminarium LGD przygotowuje materiały informacyjne zawierające w szczególności opis zakresów wsparcia przewidywanych w LSR oraz informację o planowanych terminach naborów.

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.

Informowanie ZW z co najmniej 14-dniowym wyprzedzeniem o zaplanowanych przez LGD w ramach planu komunikacji aktywnościach na terenie objętym LSR, tj. wręczeniu umów, szkoleniach dla potencjalnych wnioskodawców/grantobiorców, dyżurów w gminach (MPD), dorocznym seminarium „Lubię tu być – łączy nas RLKS” 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.

Promocja LGD i ZW - aktywności realizowane przez LGD powinny zostać oznakowane roll-upem o min. wymiarach 100x200 cm lub x-banerem zgodnym z wizualizacją przekazaną przez ZW.

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.

3. 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 <u>newslettera</u> 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 otrzymywania takich informacji poprzez newsletter, w szczególności sołtysi, sołtyski, radni i radne gmin, powiatu, województwa, przedstawiciele i przedstawicielki instytucji kultury i/lub edukacyjnych oraz organizacji społecznych i grup nieformalnych mających siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotek, domów kultury, szkół, uniwersytetów trzeciego wieku, stowarzyszeń, fundacji, KGW, OSP, klubów seniora, klubów młodzieżowych, klubów sportowych, związków harcerskich itp.	- min. 6 wydań newslettera w roku	- min. 50 odbiorców zapisanych do newslettera Źródło pomiaru: wydruk z panelu administratora Metodologia: min. 50 osób/podmiotów/adresów na każde 10 tys. mieszkańców obszaru LSR zapisanych do newslettera
	Działania informacyjno-promocyjne poprzez funkcjonowanie strony internetowej LGD	<u>Funkcjonowanie strony internetowej LGD zgodnie z interfejsem (layoutem) wskazanym w Standardzie Planu Komunikacji-</u> prowadzenie i bieżąca aktualizacja strony	- wszystkie osoby odwiedzające stronę internetową LGD, w szczególności grupy docelowe wskazane w planie komunikacji	- min. 1 aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD Interfejs strony internetowej zgodny z załącznikiem do Standardu minimum planu komunikacji	- min. 1000 odsłon odsłon/wyświetleń strony LGD w ciągu roku. Źródło pomiaru: raport ze strony

Upowszechnianie informacji o działalności LGD i możliwości aktywnego włączenia się w działania i funkcjonowanie LGD	Działania informacyjno-aktywizacyjne poprzez profil w mediach społecznościowych	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. <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.	- wszystkie grupy docelowe wskazane w planie komunikacji zainteresowane ubieganiem się o środki w ramach konkursów ogłaszanych przez LGD	- min. 10 porad udzielonych rocznie w okresie prowadzonych naborów (usług doradczych)	- min. 5 odbiorców udzielonych porad rocznie w okresie prowadzonych naborów Źródło pomiaru: rejestr doradztwa
	Działalność doradcza LGD w zakresie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy i/lub wniosków o powierzenie grantów	Prowadzenie i bieżąca aktywność LGD w mediach społecznościowych np. Facebook poprzez zamieszczanie postów, filmików, relacji itp. dotyczących działalności LGD nt. szkoleń dla potencjalnych wnioskodawców/	- wszystkie osoby korzystające z mediów społecznościowych, w szczególności grupy docelowe wskazane w planie komunikacji	- min. 1 kanał społecznościowy prowadzony przez LGD np. Facebook	- min. 20 aktywności w roku Źródło pomiaru: print screen

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.	Organizacja otwartych spotkań	grantobiorców, naborów wniosków o przyznanie pomocy/wniosków o powierzenie grantów, otwartych wydarzeń organizowanych przez LGD, dyżurów Mobilnego Punktu Informacyjnego (MPI) oraz Mobilnego Punktu Doradczego (MPD), seminarium „Lubię tu być – łączy nas RLKS”.	grantobiorców, naborów wniosków o przyznanie pomocy/wniosków o powierzenie grantów, otwartych wydarzeń organizowanych przez LGD, dyżurów Mobilnego Punktu Informacyjnego (MPI) oraz Mobilnego Punktu Doradczego (MPD), seminarium „Lubię tu być – łączy nas RLKS”.		
	Organizacja otwartych spotkań	Otwarte seminarium LGD pn. „Lubię tu być – łączy nas RLKS” , podczas którego LGD przedstawi dotychczasowe osiągnięcia oraz postępy we wdrażaniu Lokalnej Strategii Rozwoju (LSR).	- wszystkie grupy docelowe działań komunikacyjnych wskazane w Planie komunikacji oraz inni partnerzy działający w obszarze społecznym i gospodarczym	- min. 1 zorganizowane seminarium LGD w roku	- sprawozdanie z realizacji seminarium (opracowanie własne LGD)
		Mobilny Punkt Doradczy LGD (MPD) – zapewnienie mieszkańcom obszaru objętego LSR bezpośredniego i regularnego dostępu do doradztwa oraz informacji na temat działań LGD poprzez organizację dyżurów przedstawicieli LGD w gminach. Dyżur MPD organizowany jest minimum	- wszystkie grupy docelowe działań komunikacyjnych wskazane w Planie komunikacji z każdej gminy obszaru LSR	- min. 4 Mobilne Punkty Doradcze na terenie działania LGD w roku	- sprawozdanie z dyżuru doradczego (opracowanie własne LGD)

Podniesienie poziomu wiedzy i umiejętności w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR	Organizowanie szkoleń tematycznych związanych z prowadzonymi naborami wniosków w ramach LSR	raz na kwartał na terenie jednej z wybranych gmin należących do obszaru LGD lub organizowanie dyżurów dla kilku sąsiadujących ze sobą gmin.	- wszystkie osoby lub reprezentanci podmiotów zainteresowanych ubieganiem się o wsparcie w zakresie ogłoszonych przez LGD naborów wniosków o przyznawanie pomocy / o powierzenie grantu	- min. 1 szkolenie/część szkolenia dot. każdego ogłoszonego konkursu / naboru wniosków	- 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 - Źródło pomiaru: lista obecności
Rozwinięcie działań integracyjno-aktywizacyjnych LGD potwierdzających inkluzyjny 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	- 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. lub min. 3 MPI /rok	- min. 100 uczestników wydarzeń/ wydarzeń / MPI w każdym roku - Źródło pomiaru: sprawozdanie (opracowanie własne LGD) - Metodologia: min. 100 uczestników wydarzeń/wydarzeń / MPI zorganizowanych przez LGD na każde 50 tys. mieszkańców

Zwiększenie poziomu współpracy pomiędzy lokalnymi partnerami z obszaru LSR	Działania animacyjne i sieciujące np. organizacje i/lub przedsiębiorców z obszaru LSR	kampanii promocyjnej RLKS (Rozwój Lokalny Kierowany przez Społeczność) w województwie kujawsko-pomorskim, wpisanym do wspólnego kalendarza lub organizacja MPI - Mobilnych Punktów Informacyjnych RLKS – punktów organizowanych przez LGD podczas różnorodnych wydarzeń realizowanych na obszarze LSR lub poza obszarem LSR (ale na terenie województwa kujawsko-pomorskiego) przez różne podmioty, w tym LGD. Otwarte wydarzenie/Mobilny Punkt Informacyjny LGD powinny zostać oznakowane roll-upem lub x-baner o min. wymiarach 100x200 cm zgodnym z wizualizacją przekazaną przez ZW	- 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	- 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	- min. 3 <u>działania animacyjne i/lub sieciujące</u> w okresie realizacji planu komunikacji - min. 2 warsztaty aktywizujące społeczność, w szczególności osoby poniżej 25 r.ż oraz osoby powyżej 60+ , osoby zdiagnozowane	- min. 30 osób uczestniczących w działaniach animacyjnych i/lub sieciujących Źródło pomiaru: lista obecności	obszaru objętego LSR w roku)
--	---	---	---	--	---	--	-------------------------------

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.		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 np. spotkania animacyjne, warsztaty, konkursy tematyczne, spotkania sieciujące, internetowe grupy dyskusyjne itp.	osoby prowadzące działalność gospodarczą	w LSR jako osoby należące do grup w niekorzystnej sytuacji oraz osoby prowadzące działalność gospodarczą, młodzież np. graffiti, seniorów np. malowanie na szkło, rękodzieło, kobiety np. warsztaty rozwojowe	
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 kierowanego przez lokalną społeczność. W kampanii zastosowane mogą być różnicowane środki przekazu np. plakat promocyjno-informacyjny, krótki filmik lub reportaż	- wszyscy mieszkańcy obszaru LSR oraz osoby odwiedzające obszar LSR	- 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 Źródło pomiaru: sprawozdanie (opracowanie własne LGD)
Podnoszenie świadomości społeczności lokalnej w	Kampanie informacyjne ukierunkowane na podnoszenie	- wszystkie grupy docelowe wskazane w planie komunikacji, ze szczególnym naciskiem na osoby poniżej 25 r.ż oraz osoby powyżej 60+ ,	- min. 3 kampanie związane z ważnym celem społecznym LSR w okresie realizacji planu komunikacji	- min. 30 osób uczestniczących w kampaniach	

zakresie tematów ważnych w ramach LSR, tj. włączenia społecznego, przeciwdziałania wszelkim formom dyskryminacji, ochronie środowiska i przeciwdziałania zmianom klimatu, rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, integracji międzypokoleniow ej, budowaniu partnerstwa lokalnego, wdrażania rozwiązań innowacyjnych	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.	podnoszący treści ważnych celów LSR, ulotka informacyjno-promocyjna, akcja społeczna np. sadzenia ogrodu deszczowego czy tąki kwietnej, artykuł prasowy itp.	osoby zdiagnozowane w LSR jako osoby należące do grup w niekorzystnej sytuacji oraz osoby prowadzące działalność gospodarczą	Źródło pomiaru: sprawozdanie (opracowanie własne LGD)
--	--	--	--	--

Plan komunikacji uwzględnia 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 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 seminarium LGD pn. „Lubię tu być-łączy nas RLKS” oraz Mobilnych Punktów Doradczych (MPD), coroczne otwarte wydarzenie lub MPI, które ma na celu zintegrowanie i zaktywizowanie społeczności obszaru LSR oraz przedstawienia dotychczasowych działań LGD.

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** oraz min. 2 warsztaty aktywizujące społeczność, a także min. 3 materiały promujące obszar LSR oraz efekty wdrażania LSR oraz kampanie związane z ważnym celem społecznym LSR w całym 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, 2025, 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.

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**. W sytuacji, gdy zakładane efekty będą niezadowalające, LGD będzie poszukiwać innych form komunikacji i środków przekazu korygując plan komunikacji.

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, 23.12.2025

Mariola Epa-Pikuła

.....
Prezes Zarządu
LGD Ziemia Gotyku

Marek Komuda

.....
Skarbnik
LGD Ziemia Gotyku

LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA
ZIEMIA GOTYKU

ul. Sadowa 2C, 87-148 Łysomice
NIP 879-267-89-10 REGON 361860094
www.lgd.ziemiagotyku.com