

# Plan komunikacji

Lokalna Grupa Działania Stowarzyszenie  
„Partnerstwo Północnej Jury”



[www.jura-ppj.pl](http://www.jura-ppj.pl)

## Główne cele i przesłanki leżących u podstaw opracowania planu komunikacji

Realizacja Lokalnej Strategii Rozwoju w zgodzie z podejściem LEADER wymaga urzeczywistnienia idei takich jak oddolność, zintegrowanie, partnerstwo, innowacyjność czy sieciowanie. Główną przesłanką leżącą u podstaw opracowania planu komunikacji było dążenie do wsparcia zmierzających do tego działań poprzez zastosowanie skutecznych narzędzi komunikacji.

LGD „Partnerstwo Północnej Jury” nie będzie komunikować informacji mieszkańcom, lecz komunikować się z nimi. Oznacza to, że komunikacja jest tu rozumiana jako wymiana informacji. Będą one przekazywane mieszkańcom obszaru przez LGD, ale również pozyskiwane od nich. W tym celu zaplanowano szereg działań komunikacyjnych pozwalających na pozyskiwanie informacji zwrotnych od członków lokalnej społeczności. Zostaną oni włączeni w monitorowanie i ewaluację działań LGD, czyli procesy kluczowe z punktu widzenia właściwego zarządzania procesem realizacji Lokalnej Strategii Rozwoju.

Przeprowadzona diagnoza potrzeb obszaru wykazała, że potrzebne są działania innowacyjne, które pozwolą na pobudzenie potencjału innowacyjnego w grupie interesów gospodarczych oraz ułatwią wdrażanie innowacji społecznych. Te ostatnie będą mogły być opracowane między innymi dzięki wsparciu dla powstania koncepcji inteligentnych wsi. Tworzenie prawdziwych, kreatywnych innowacji jest jednak dużym wyzwaniem. Z tego względu LGD zaplanowało działania animacyjne, komunikacyjne, informacyjne i szkoleniowe, które mają wesprzeć członków lokalnej społeczności w realizacji tego ambitnego celu.

Duży nacisk położony zostanie na wzmacnianie partnerstwa na obszarze LSR. Zaplanowano działania komunikacyjne adresowane do członków LGD jak i mieszkańców obszaru, którzy do niego nie należą. Plan komunikacyjny przewiduje również działania, które będą promować i ułatwiać realizację operacji w partnerstwie.

Projektując plan komunikacji, uwzględniono specyficzne potrzeby różnych grup mieszkańców. Dotyczy to szczególnie grup, które zostały zdiagnozowane, jako szczególnie kluczowe w procesie realizacji LSR czyli osób młodych do 25 roku życia, seniorów powyżej 60 roku życia oraz kobiet, które stanowią grupę osób w niekorzystnej sytuacji. Zaplanowano działania komunikacyjne kierowane do każdej z tych grup, a uwzględnione w nich kanały i narzędzia komunikacji dostosowane są do możliwości ich członków.

Realizacja planu komunikacji będzie prowadzić do maksymalizacji efektów wdrażania LSR. Działania komunikacyjne będą upowszechniać postawy przedsiębiorcze, aktywizować mieszkańców oraz włączać ich w proces zarządzania realizacją Lokalnej Strategii Rozwoju. Wartość dodaną podejścia LEADER będą zwiększać operacje w partnerstwie i projekty innowacyjne, które mają szansę powstać dzięki skutecznemu animowaniu społeczności lokalnej.

## Opis działań komunikacyjnych, grup docelowych oraz środków przekazu

W poniższej tabeli przedstawiono szczegółowe informacje na temat działań komunikacyjnych. Uwzględniają one grupy docelowe tych działań, stosowane środki przekazu oraz indykatorywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne. Tabela zawiera też opis wskaźników realizacji działań komunikacyjnych (wraz z jednostką miary) oraz efektów działań komunikacyjnych.

Uzasadnienie budżetu: budżet planu komunikacji nie przewiduje ponoszenia wysokich wydatków. Wynika to nie tylko z dążenia do racjonalnego wydatkowania środków na zarządzanie LSR, ale również z dotychczas zebranych doświadczeń w zakresie komunikowania się z lokalną społecznością. Badania ewaluacyjne prowadzone w roku 2022 wykazały, że bardzo skuteczną jest komunikacja bezpośrednia prowadzona w ramach spotkań i szkoleń z mieszkańcami oraz świadczonego doradztwa. W przypadku grup takich jak osoby młode, bardzo dobrze sprawdza się komunikacja z użyciem narzędzi internetowych. Są to kanały komunikacji, których stosowanie nie wymaga dużych nakładów. W związku z tym budżet planu komunikacji uwzględnia tylko niezbędne z punktu widzenia realizowanych zadań wydatki.

Lp.	Działanie	Grupa docelowa	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji	Efekty działań	Budżet (Euro <sup>1</sup> )	Częstotliwość realizacji działań
1	Wzmacnianie wewnętrznego partnerstwa	Członkowie LGD	Email	Liczba newsletterów wysłanych do członków stowarzyszenia, jednostka miary: newsletter	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wartość docelowa wskaźnika: 7</li> <li>Efekt działania: upowszechnienie wśród członków LGD wiedzy na temat działań podejmowanych przez Stowarzyszenie</li> </ul>	7 800	corocznie
			Komunikacja bezpośrednia	Liczba zrealizowanych warsztatów refleksyjnych, jednostka miary: warsztat	Wartość docelowa wskaźnika: 7 Efekt działania: zaangażowanie członków LGD w ewaluację działań Stowarzyszenia oraz wypracowanie nowych pomysłów na działania		corocznie
			Fiszki z pomysłami na działania	Liczba raportów podsumowujących pomysły zgłoszone przez członków LGD, Jednostka miary: raport	Wartość docelowa wskaźnika: 5 Efekt działania: włączenie członków LGD w poszukiwanie nowych sposobów działania Stowarzyszenia		okres wdrażania LSR
			Komunikatory internetowe				

<sup>1</sup> Kurs 1 Euro = 4,65 zł, podany przez Ministra Finansów w Wytycznych dotyczących stosowania jednolitych wskaźników makroekonomicznych będących podstawą oszacowania projektowanych ustaw i przedstawiony w piśmie z ministerstwa dla oszacowania wartości wskaźników LSR

2	Wzmocnienie partnerstwa na obszarze LSR	Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy	Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów informujących o zapisach LSR opublikowanych na stronie internetowej LGD, Jednostka miary: artykuł	Wartość docelowa wskaźnika: 9 Efekt działania: poinformowanie mieszkańców o zapisach LSR i efektach realizacji LSR	okres wdrażania LSR
			Ankieta oceniająca efekty wdrażania LSR	Liczba ankiet wypełnionych przez mieszkańców obszaru co dwa lata, Jednostka miary: ankieta	Wartość docelowa wskaźnika: 100 Efekt działania: pozyskanie informacji zwrotnej na temat działań LGD	okres wdrażania LSR
			Fiszki z pomysłami na działania dla mieszkańców	Liczba raportów podsumowujących pomysły zgłoszone przez mieszkańców obszaru nie będących członkami LGD, Jednostka miary: raport	Wartość docelowa wskaźnika: 2 Efekt działania: włączenie mieszkańców obszaru LGD w poszukiwanie nowych sposobów działania Stowarzyszenia	okres wdrażania LSR
			Komunikatory internetowe			okres wdrażania LSR
3	Animowanie społeczności do partnerstwa z innymi podmiotami	Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy	Komunikacja bezpośrednia, telefon, e-mail, komunikatory internetowe	Liczba porad udzielonych potencjalnym beneficjentom rocznie, Jednostka miary: porada	Wartość docelowa wskaźnika: 20 Efekt działania: zachęcenie potencjalnych beneficjentów do realizacji operacji w partnerstwie	okres wdrażania LSR
			Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych	Liczba zamieszczonych na stronie internetowej	Wartość docelowa wskaźnika: 1 Efekt działania: ułatwienie podmiotom z obszaru LSR realizacji operacji w partnerstwie	okres wdrażania LSR

				rejestrów podmiotów z obszaru LGD zainteresowanych realizacją operacji w partnerstwie, Jednostka miary: raport			
			Szkolenie	Liczba szkoleń dla potencjalnych beneficjentów, Jednostka miary: szkolenie	Wartość docelowa wskaźnika: 2 Efekt działania: poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwości realizacji operacji w partnerstwie		okres wdrażania LSR
4	Animowanie społeczności do wdrażania innowacji	Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy	Szkolenie	Liczba szkoleń dla potencjalnych beneficjentów, Jednostka miary: szkolenie	Wartość docelowa wskaźnika: 3 Efekt działania: poinformowanie potencjalnych beneficjentów o sposobach przygotowania operacji innowacyjnych zgodnych z LSR		okres wdrażania LSR
			Spotkanie informacyjne	Liczba spotkań dla mieszkańców gmin z obszaru LSR, Jednostka miary: spotkanie	Wartość docelowa wskaźnika: 3 Efekt działania: poinformowanie mieszkańców obszaru o możliwości realizacji operacji innowacyjnych w ramach wdrażania LSR		okres wdrażania LSR
			Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o innowacyjnych operacjach w ramach realizacji LSR, Jednostka miary: artykuł	Wartość docelowa wskaźnika: 9 Efekt działania: upowszechnianie informacji na temat innowacji implementowanych na obszarze LSR		okres wdrażania LSR
			Komunikacja bezpośrednia, telefon, e-mail,	Liczba porad udzielonych potencjalnym	Wartość docelowa wskaźnika: 250		okres wdrażania LSR

			komunikatory internetowe	beneficjentom, Jednostka miary: porada	Efekt działania: zachęcenie potencjalnych beneficjentów do realizacji operacji innowacyjnych		
5	Aktywizacja ludzi młodych	Osoba do 25 r.ż	Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o operacjach aktywizujących osoby młode, Jednostka miary: artykuł	Wartość docelowa wskaźnika: 9 Efekt działania: upowszechnianie informacji na temat zaangażowania osób młodych w realizację LSR		
			Spotkania informacyjne	Liczba spotkań dla organizacji działających na rzecz osób młodych w gminach obszaru LGD, Jednostka miary: spotkanie	Wartość docelowa wskaźnika: 2 Efekt działania: poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz osób młodych		okres wdrażania LSR
			Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba konkursów na najlepszą inicjatywę aktywizującą ludzi młodych na obszarze LSR, Jednostka miary: konkurs	Wartość docelowa wskaźnika: 1 Efekt działania: zachęcenie mieszkańców obszaru LSR do realizacji inicjatyw na rzecz aktywizacji młodych osób		okres wdrażania LSR
6	Aktywizacja seniorów	Osoby powyżej 60 r.ż.	Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o operacjach aktywizujących seniorów,	Wartość docelowa wskaźnika: 9 Efekt działania: upowszechnianie informacji na temat zaangażowania seniorów w realizację LSR		okres wdrażania LSR

				Jednostka miary: artykuł			
			Spotkania informacyjne	Liczba spotkań dla organizacji działających na rzecz seniorów w gminach obszaru LGD, Jednostka miary: spotkanie	Wartość docelowa wskaźnika: 9 Efekt działania: poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz seniorów		okres wdrażania LSR
			Plakat	Liczba kopii plakatu informującego o możliwości realizacji operacji na rzecz osób starszych wywieszonych w siedzibach podmiotów działających na obszarze LSR, Jednostka miary: sztuka	Wartość docelowa wskaźnika: 18 Efekt działania: poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz seniorów		Okres wdrażania LSR
7	Informowanie społeczności o możliwości udziału w działaniach na rzecz grup osób w niekorzystnej sytuacji lub o możliwości korzystania z	Kobiety, organizacje pozarządowe	Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe podmiotów z obszaru LSR	Liczba artykułów opublikowanych na stronie informujących o operacjach na rzecz kobiet, Jednostka miary: artykuł	Wartość docelowa wskaźnika: 9 Efekt działania: upowszechnianie informacji na temat wsparcia udzielonego osobom z grupy w niekorzystnej sytuacji		okres wdrażania LSR
			Spotkania informacyjne	Liczba spotkań dla organizacji działających na	Wartość docelowa wskaźnika: 9 Efekt działania: poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o		okres wdrażania LSR

	efektów tych działań			rzecz kobiet w gminach obszaru LGD, Jednostka miary: spotkanie	możliwości realizacji działań na rzecz osób z grupy w niekorzystnej sytuacji		
			Plakat	Liczba kopii plakatu informującego o możliwości realizacji operacji na rzecz osób z grupy w niekorzystnej sytuacji wywieszonych w siedzibach podmiotów działających na obszarze LSR, Jednostka miary: sztuka	Wartość docelowa wskaźnika: 18 Efekt działania: poinformowanie mieszkańców obszaru LSR o możliwości realizacji działań na rzecz osób z grupy w niekorzystnej sytuacji		Okres wdrażania LSR
8	Wzmacnianie efektów realizacji LSR	Mieszkańcy obszaru LGD, organizacje pozarządowe, JST, przedsiębiorcy	Ankieta	Liczba ankiet oceniających jakość porad wypełnionych przez osoby z nich korzystające rocznie, Jednostka miary: ankieta	Wartość docelowa wskaźnika: 50 ankiet. Efekt działania: pozyskanie informacji zwrotnej na temat jakości świadczonego doradztwa		okres wdrażania LSR
			Strona internetowa, profil w mediach społecznościowych, strony internetowe	Liczba artykułów opublikowanych na stronie rocznie informujących o efektach realizacji,	Wartość docelowa wskaźnika: 9 Efekt działania: upowszechnianie informacji na temat efektów realizacji LSR		okres wdrażania LSR



			podmiotów z obszaru LSR	Jednostka miary: artykuł			
			Komunikacja bezpośrednia	Liczba imprez w gminach z obszaru LSR, na których prezentowano LGD Jednostka miary: impreza	Wartość docelowa: 7 Efekt działania: zwiększenie rozpoznawalności LGD i poinformowanie o efektach realizacji LSR		Okres wdrażania LSR

## Działania, w przypadku problemów z realizacją LSR

W planie komunikacji uwzględniono działania prewencyjne, które mają minimalizować ryzyko niedostatecznego zaangażowania społeczności w realizację LSR i braku jej poparcia dla tego procesu. Chodzi tu nie tylko o informowanie mieszkańców obszaru o podejmowanych działaniach, ale również o włączenie ich w zarządzanie wdrażaniem LSR poprzez proces ewaluacji i możliwość zgłaszania pomysłów na nowe działania. W przypadku wystąpienia problemów w realizacji LSR możliwe będzie skorygowanie podejmowanych działań. Szczególną rolę będą tu odgrywać coroczne spotkania refleksyjne w czasie których przedstawiciele społeczności będą mogli formułować rekomendacje odnośnie do zmian. Organem LGD odpowiedzialnym za ich wdrożenie jest Zarząd.

## Opis sposobu analizy efektywności działań komunikacyjnych oraz tryb korygowania planu komunikacji

Do każdego z działań komunikacyjnych przyporządkowano konkretne środki przekazu, którym z kolei przypisano jednoznacznie zdefiniowane wskaźniki. Pozwalają one na bieżące monitorowanie realizowanych działań komunikacyjnych. Dane te będą poddawane ocenie pod kątem skuteczności i efektywności na corocznych spotkaniach refleksyjnych, w których brać udział będą przedstawiciele LGD oraz członkowie lokalnej społeczności. W okresie pomiędzy spotkaniami, mieszkańcy obszaru będą mogli zgłaszać swoje uwagi i propozycje poprzez formularze kontaktowe i fiszki z pomysłami. Propozycje te będą co roku podsumowywane w raportach przedstawianych na spotkaniach refleksyjnych, co zmniejsza ryzyko, że zostaną one nierozpatrzone przez Zarząd LGD.

Decyzję o korygowaniu planu komunikacji podejmuje Zarząd Lokalnej Grupy Działania. Decyzja musi być poprzedzona konsultacjami społecznymi, które obejmą co najmniej wysłanie do członków LGD informacji o proponowanych zmianach oraz umieszczenie informacji na ich temat na stronie internetowej.