



Dofinansowane przez  
Unię Europejską



# Plan Komunikacji

## LGD Ziemi Mińskiej ze społecznością

Do prawidłowej realizacji Strategii niezbędne jest określenie zasad komunikowania się z lokalną społecznością oraz pozyskiwania informacji zwrotnej. Plan Komunikacji LGD Ziemi Mińskiej z lokalną społecznością jest dokumentem, który określa zasady przeprowadzania działań informacyjno-promocyjnych. Działania te mają kluczowe znaczenie dla skutecznego zaangażowania społeczności lokalnej w realizację LSR. Komunikacja umożliwia również uzyskiwanie informacji od społeczności co pozwala na skuteczną kontrolę i ciągłe doskonalenie. Dobrze funkcjonująca komunikacja jest podstawą zapewnienia jawności i przejrzystości działań LGD. Plan komunikacji ma na celu nie tylko zaplanowanie narzędzi komunikacyjnych, ale również identyfikację bieżących problemów w relacjach z mieszkańcami. Ma również na celu zwiększenie poziomu współpracy i zaangażowania partnerów i interesariuszy LGD. Realizacja planu wpisuje się w stosowaną przez LGD zasadę partycypacyjnego zarządzania procesem wdrażania Strategii. Lokalna Grupa Działania zamierza stworzyć warunki sprzyjające aktywnej i skutecznej komunikacji, która umożliwi zaangażowanie społeczności LGD w działania przewidziane w Strategii. Plan komunikacji jest skierowany do wszystkich grup społecznych zamieszkujących obszar objęty strategią rozwoju i dlatego wspiera ideę inkluzywności.

### Cel ogólny Planu Komunikacji

Głównym zamierzeniem Planu Komunikacji LGD z lokalną społecznością jest promowanie osiągnięcia celów Lokalnej Strategii Rozwoju poprzez zachęcanie potencjalnych odbiorców i mieszkańców obszaru LGD do wykorzystywania dostępnych środków wsparcia na rzecz wdrażania lokalnych planów rozwoju, które są tworzone i kierowane przez społeczność. Dodatkowo, plan ten ma na celu szerzenie informacji na temat skutków wykorzystania funduszy unijnych przeznaczonych na rozwój obszarów wiejskich.

### Cele szczegółowe działań informacyjno-promocyjnych

Cel ogólny PK realizowany będzie poprzez następujące cele szczegółowe:

- Udzielanie informacji dotyczących możliwości i warunków pozyskania dofinansowania w ramach poszczególnych przedsięwzięć w ramach LSR oraz wsparcie potencjalnych beneficjentów w zakresie doskonalenia umiejętności przygotowania wniosków aplikacyjnych i pozyskiwania środków finansowych poprzez LGD;
- Utrwalenie i pobudzenie zaangażowania społecznego oraz aktywizacja społeczności lokalnej poprzez włączenie mieszkańców w działania LGD;
- Popularyzowanie i promocja efektów działań LGD Ziemi Mińskiej, kreowanie dobrego wizerunku i rozpoznawalności LGD, budowanie lokalnej marki Stowarzyszenia.

Zamierzone działania mają na celu zainicjowanie zainteresowania i zachęcenie potencjalnych beneficjentów do ubiegania się o dostępne środki wsparcia, w wyniku czego zwiększy się liczba zrealizowanych projektów finansowanych z zasobów dostępnych w ramach LSR. Działania te mają na celu wzmocnienie konkurencyjności i atrakcyjności Lokalnej Grupy Działania oraz osiągnięcie założonych celów w ramach Strategii. Ponadto, działania informacyjno-promocyjne mają na celu wpływanie na postawy społeczne i budowanie pozytywnego wizerunku tego obszaru jako atrakcyjnego

miejsca do zamieszkania i prowadzenia działalności gospodarczej. Przesłanką do wyboru celów szczegółowych PK była analiza wniosków wynikających z badań ewaluacyjnych LSR 2014-2020(23), oceny własnej efektywności i skuteczności realizowanych działań informacyjno-promocyjnych i doradczych.

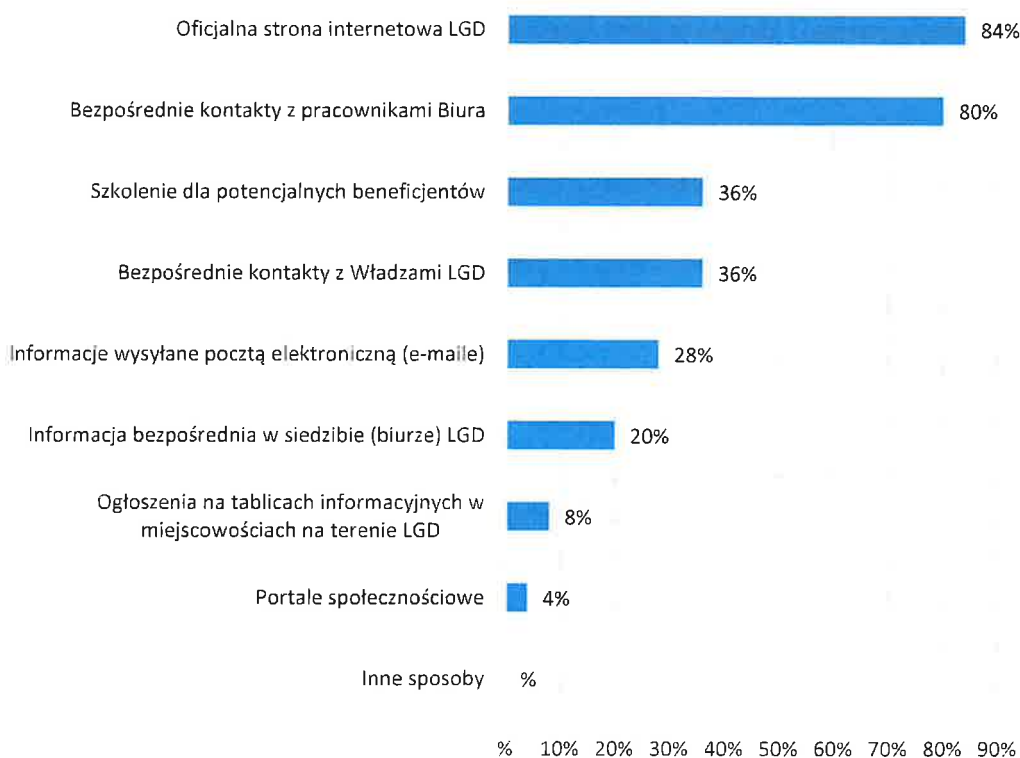
**Cele PK LGD zostały wypracowane partycypacyjnie przez członków LGD podczas warsztatów partycypacyjnych, które odbyły się w Stanisławowie 11 maja 2023 roku. Przedmiotem kwestii związanych z komunikacją były również badania ankietowe.**

Narzędzia komunikacji z mieszkańcami zostały zdefiniowane dzięki badaniom ankietowym prowadzonym wśród ogółu społeczności mieszkańców obszaru objętego LSR. Wyniki tych badań jasno wskazują jakie z narzędzi powinny być preferowane w komunikacji, a jakie nie spełniają wymogu czasów.

Strona internetowa Biura oraz bezpośrednie kontakty z pracownikami Biura są głównymi kanałami informacyjnymi dla społeczności obszaru LGD. Mniejszą popularnością cieszą się bezpośrednie kontakty z władzami LGD oraz informacja w siedzibie Biura.

Głównym źródłem informacji o funkcjonowaniu Lokalnej Grupy Działania Ziemi Mińskiej jest jej oficjalna strona internetowa (84%). Niemal równie często mieszkańcy obszaru LGD czerpią informacje o jej działaniach podczas bezpośrednich kontaktów z pracownikami Biura (80%). Znacznie rzadziej pozyskują informacje podczas szkoleń dla potencjalnych beneficjentów oraz w wyniku bezpośrednich kontaktów z Władzami LGD (po 36% wskazań). Bardzo rzadko źródło tego typu wiedzy stanowią portale społecznościowe (4%) oraz ogłoszenia na tablicach informacyjnych (8%).

**Wykres 1. Skąd czerpie Pan/Pani informacje dotyczące funkcjonowania Lokalnej Grupy Działania?**

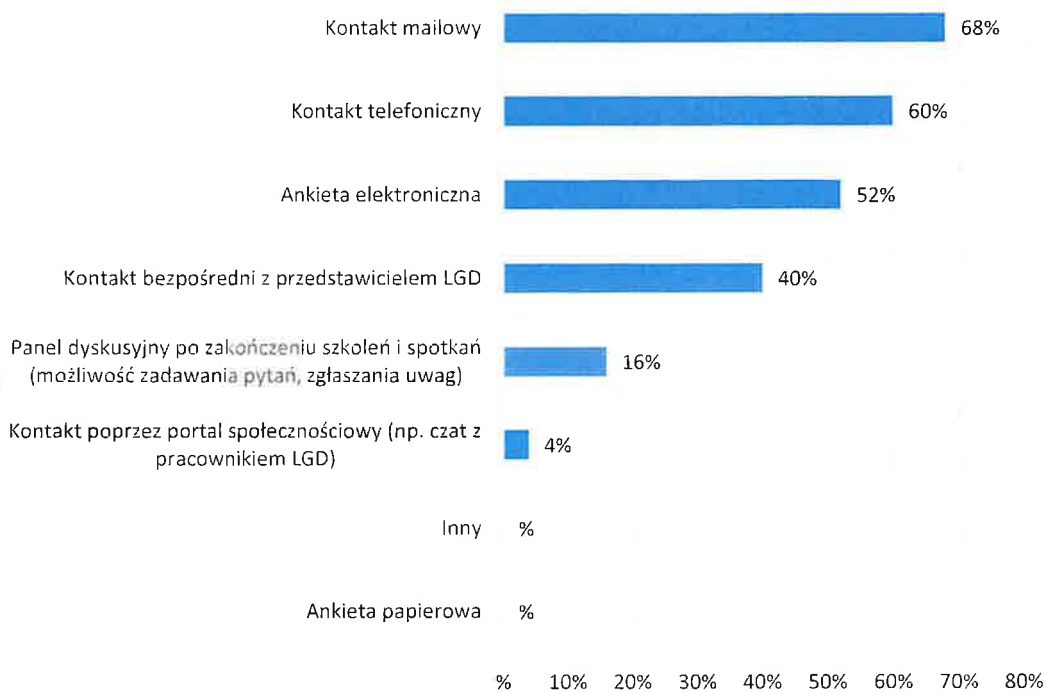


Źródło: badania własne

Zdaniem respondentów kontakt mailowy oraz telefoniczny to najbardziej odpowiednie kanały przekazywania informacji zwrotnej od społeczności do LGD (68% i 60%). Nieco mniejszą popularnością cieszy się ankietę elektroniczną, choć nadal

otrzymała stosunkowo dużo wskazań (52%). Ankieta papierowa nie stanowi dla mieszkańców drogi udzielania informacji zwrotnej, a kontakt przez portal społecznościowy, tylko w znikomym stopniu spełnia tę funkcję (4%).

**Wykres 2. Który z kanałów przekazywania informacji zwrotnej od społeczności do LGD byłby dla Pani/Pana najbardziej odpowiedni?**



Źródło: badania własne

Przeprowadzane działania w ramach Planu Komunikacji mają na celu dotarcie do przedstawicieli sektora prywatnego, sektora publicznego oraz wszystkich mieszkańców obszaru objętego Strategią Rozwoju Lokalnego. Te działania obejmują koszty produkcji i dystrybucji materiałów stworzonych specjalnie w celu zaspokojenia konkretnych potrzeb różnych grup docelowych związanych z LSR, w formie pisemnej, audiowizualnej i elektronicznej. Plan Komunikacji obejmuje również koszty związane z przygotowaniem i organizacją wydarzeń i spotkań, których celem jest szerzenie informacji lub zdobywanie opinii różnych stron związanych z LSR. W celu zapewnienia mierzalnej oceny skuteczności i efektów działań informacyjno-promocyjnych, Lokalna Grupa Działania planuje przeprowadzenie badań opinii publicznej, które pomogą ocenić poziom wiedzy na temat działań LSR oraz ankiet poszkoleniowych, które umożliwią ocenę jakości szkoleń i świadczonego doradztwa. Cel ogólny i cele szczegółowe zostaną osiągnięte poprzez intensywne, różnorodne i długofalowe działania informacyjno-promocyjne, których ważnym elementem będą kampanie: **promocyjno – wizerunkowe**, skierowane do mediów, ogółu mieszkańców oraz dotychczasowych i potencjalnych beneficjentów oraz **informacyjne i doradcze** – adresowane do konkretnych grup potencjalnych beneficjentów, uprawnionych do korzystania ze środków wsparcia na rzecz realizacji LSR. Dla podkreślenia znaczenia funduszy będących w dyspozycji LGD pokazane będą mocne strony ich wdrażania, w tym dokonane porównania LGD z wynikami innych grup (dane dotyczące zrealizowanych inwestycji przy wsparciu ze strony środków unijnych). Rozwój LGD podkreślany będzie również poprzez upowszechnianie licznych przykładów zrealizowanych lub realizowanych projektów oraz wynikających z nich korzyści dla różnych grup docelowych wraz z podawaniem do publicznej wiadomości wykazu beneficjentów (zgodnie z zasadami RODO), tytułów projektów i przyznanych im kwot dofinansowania.

## Grupy docelowe działań PK

Grupy docelowe, do których kierowane będą poszczególne działania komunikacyjne wynikają z LSR i zapisanego tam celu ogólnego i celów szczegółowych. Wyróżnić należy pięć podstawowych grupy odbiorców:

- Wnioskodawcy to grupa podmiotów z różnych kategorii społecznych, którzy są zainteresowani złożeniem wniosku lub złożyli wnioski oraz beneficjenci, którzy realizują projekty dofinansowane ze środków EFROW.
- Osoby w niekorzystnej sytuacji. W związku z koniecznością przekazu bezpośrednio do kobiet i osób z niepełnosprawnością wykorzystane zostaną nie tylko działania informacyjne ogólne ale także dotarcie do tych grup poprzez softysów i za pomocą plakatów. Również współpraca z instytucjami, dzięki którym dotarcie do tych osób będzie łatwiejsze, czyli instytucjami zajmującymi się osobami z niepełnosprawnością.
- W przypadku osób do 25 roku życia będzie to przede wszystkim interent i media społecznościowe.
- Przedsiębiorców i osoby chcące podjąć działalność gospodarczą. Odbędą się dedykowane spotkania dla przedsiębiorców, wysyłka informacji za pośrednictwem poczty elektronicznej
- Przedstawicieli NGO i JST – współpraca i informowanie przedstawicieli NGO i JST będzie o tyle ważne, że celem jest utrzymanie i rozwój dotychczasowej szerokiej współpracy z tymi instytucjami. Są to z jednej strony partnerzy w różnych działaniach w ramach wdrażania LSR a z drugiej dzięki realizowanym funkcjom są też „nośnikiem” informacji, która może za ich pośrednictwem dotrzeć do większej ilości ludzi.
- Ogół mieszkańców należy również traktować jako ważną grupę odbiorców działań komunikacyjnych. Jednym z głównych celów LSR jest aktywizacja społeczna, w związku z tym szereg podejmowanych działań będzie skierowany do wszystkich mieszkańców. Ważnym zadaniem w ramach tego działania będzie dotarcie (poprzez zróżnicowanie kanałów przekazu, zaangażowanie różnych instytucji i liderów) do osób, które nie mają doświadczenia w udziale w życiu społeczności lokalnej. Informowanie odbywać się będzie poprzez: środki o szerokim zasięgu media lokalne, prasa, ogłoszenia w miejscach spotkań społeczności lokalnej, poprzez softysów

## Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu

Planowana jest sprawozdawczość z prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych. Ocena realizacji poszczególnych działań będzie dokonywana w oparciu o wskaźniki szczegółowo opisane w PK. Ocena efektywności działań Planu Komunikacji opierać będzie się na ocenie poszczególnych działań realizowanych w ramach Planu, dokonywanych m. in. za pomocą badań ilościowych i jakościowych oraz analizy opinii zamieszczanych w mediach, opinii przedstawianych na spotkaniach z wnioskodawcami oraz ankiet satysfakcji zbieranych po realizacji szkoleń, warsztatów itp. W PK przewidziane są działania mające na celu pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR. Dane będą zbierane w formie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających informacji i doradztwa (pracownicy biura LGD). Informacje zbierane będą podczas działań informacyjnych o zasadach i efektach LSR skierowane do potencjalnych wnioskodawców oraz mieszkańców. Pozyskane w ten sposób informacje zostaną wykorzystane do aktualizacji LSR, procedur oraz ewentualnej zmiany funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy biura. W sytuacji zaistnienia problemów z wdrażaniem LSR, a także potencjalnego pojawienia się sytuacji niesatysfakcjonującej akceptacji społecznej wdrożone zostaną następujące środki zaradcze:

ZAGROŻENIE	ŚRODKI ZARADCZE
Różnorodność adresatów komunikatów (grupy docelowe Planu Komunikacji), co może prowadzić do trudności w komunikacji	Wprowadzenie jasnych zasad podziału pomiędzy działaniami typowo promocyjnymi i aktywizującymi LGD a informacyjnymi i doradczymi realizowanymi przez biuro LGD bądź podmioty działające na rzecz LGD.
Brak zaufania do instytucji wdrażającej LSR (LGD oraz Samorząd Województwa) i przekonanie o ich niedostępności	Spotkania informacyjne dla beneficjentów. Okresowe spotkania LGD z Samorządem Województwa i rekomendacje sieci LGD z regionu

Brak zrozumienia przekazu przez mieszkańców, beneficjentów i potencjalnych beneficjentów

Formułowanie komunikatów w sposób spójny i przejrzysty. Okresowa analiza czytelności i przejrzystości przekazywanych informacji za pomocą dostępnych narzędzi (analiza indeks czytelności (mglistości) FOG) i opinie adresatów przekazu (badania ankietowe).

Wyniki działań realizowanych w ramach PK będą upubliczniane za pomocą internetowych środków przekazu. Raporty i zestawienia będą na bieżąco pojawiały się na stronie internetowej LGD jak również na stronach poszczególnych gmin członkowskich LGD. Na stronach gmin członkowskich zamieszczany będzie komunikat odsyłający odbiorców do strony internetowej LGD. Pozwoli to wszystkim zainteresowanym na zapoznanie się efektami działań przewidzianych w PK. **Łącznie na działania Planu Komunikacji LGD zamierza przeznaczyć całość dostępnych środków na Aktywizację LGD w kwocie 29 000 EURO.**

Założenia organizacyjne, finansowe oraz efekty i wskaźniki Planu Komunikacji

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania	Adresaci działania(grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki	Budżet EURO	Planowane efekty
lipiec 2024 – grudzień 2025 r.	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców i środowisk lokalnych o LSR, jej głównych celach, zasadach i kryteriach przyznawania dofinansowania oraz operacjach priorytetowych gwarantujących osiągnięcie celów LSR	Kampania informacyjna nt. głównych założeń i planowanych efektów LSR na lata 2024-2027	wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, rolnicy oraz Organizacje pozarządowe i mieszkańcy oraz grupy w niekorzystnej sytuacji	Wyjazd studyjny	1 wyjazd studyjny, 30 uczestników	11000	Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwości ubiegania się o pomoc finansową na realizację operacji, udzielenie inf. o procedurze udzielania wsparcia. Dotarcie z informacją do grup w niekorzystnej sytuacji. Poszerzenie wiedzy mieszkańców obszaru na temat LSR i planowanych przedsięwzięć
				spotkania informacyjne	2 spotkania informacyjnych / 40 uczestników spotkań		
styczeń – grudzień 2025r. oraz 2026, 2027, 2028, 2029	Uzyskanie opinii mieszkańców, potencjalnych wnioskodawców i środowisk lokalnych na temat LSR, jej głównych celów, kryteriów przyznawania dofinansowania oraz operacjach priorytetowych	Kampania informacyjna na temat planowanych i zrealizowanych efektów LSR - informacja zwrotna	odbiorcy działań i społeczność lokalna z obszaru LGD	ankiety na stronach internetowych	100 ankiet zebranych	0	Zwrot ankiet na poziomie 30%. Otrzymanie zbiorczej opinii na temat LSR, w tym od grup w niekorzystnej sytuacji. Propozycje zmian w LSR i kryteriach
				doradztwo w biurze LGD	60 opinii		



	gwarantujących osiągnięcie celów LSR			spotkania informacyjne i szkolenia	2 spotkania/szkolenia		
<p>styczeń – grudzień 2025r. oraz 2026, 2027, 2028, 2029</p>	<p>Przekazanie potencjalnym beneficjentom informacji o celach LSR oraz zasadach i kryteriach oceny operacji stosowanych przez organ decyzyjny LGD</p>	<p>Spotkania informacyjne, warsztatowe i szkolenia nt. LSR, zasad oceniania i wyboru operacji</p>	<p>potencjalni wnioskodawcy, przedsiębiorcy, rolnicy, JST, organizacje pozarządowe i mieszkańcy oraz gr. w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>Spotkanie podsumowujące wdrażanie LSR/monitoring bieżący informacje na stronach www</p>	<p>1 spotkanie</p> <p>10 ogłoszeń na stronach internetowych</p>	<p>10000</p>	<p>Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD. Dotarcie z informacją do grup w niekorzystnej sytuacji. Informowanie o postępach w realizacji LSR.</p>
<p>styczeń – grudzień 2025r. oraz 2026, 2027, 2028, 2029</p>	<p>Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy szkoleniowo – doradczej świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzania ewentualnych korekt w tym zakresie</p>	<p>Badanie satysfakcji wnioskodawców w LGD dot. jakości pomocy świadczonej przez LGD w zakresie aplikowania o środki finansowe w ramach LSR</p>	<p>Wnioskodawcy operacji w ramach LSR oraz grupy w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>ankiety pozyskane od wnioskodawców, ankiety</p>	<p>ankiety pozyskane do min. 50% wnioskodawców (zakończonych konkursów)</p>	<p>0</p>	<p>zwrot ankiet na poziomie min. 30%</p>
<p>styczeń – grudzień 2025r. oraz</p>	<p>Kreowanie i wizerunku i rozpoznawalności LGD</p>	<p>Opracowanie i utrzymanie modelu promocji w Internecie oraz portalach</p>	<p>wszyscy mieszkańcy obszaru LGD, lokalni liderzy</p>	<p>Wizualizacja strony www, aplikacje komunikacji społecznej</p>	<p>Strona internetowa Stowarzyszenia</p>	<p>2000</p>	<p>Wzrost liczby zainteresowanych współpracą i komunikacją z LGD</p>

2026, 2027, 2028, 2029	Działania aktywizujące mieszkańców obszaru LSR	spofecznościow ych	wszyscy mieszkańcy obszaru LGD, lokalni liderzy	Spotkania i warsztaty aktywizujące, udział w imprezach, aktywne formy wspierania inicjatyw lokalnych	Aktywne konta na portalach społecznościowych	0	Wzrost aktywności społecznej mieszkańców
styczeń – grudzień 2025r. oraz 2026, 2027, 2028, 2029	Działania aktywizujące mieszkańców obszaru LSR	Aktywizacja osób biorących udział w imprezach lokalnych, warsztaty z zachowania dziedzictwa lokalnego,	wszyscy mieszkańcy obszaru LGD, lokalni liderzy	Spotkania i warsztaty aktywizujące, udział w imprezach, aktywne formy wspierania inicjatyw lokalnych	2 eventy i imprezy	0	Wzrost aktywności społecznej mieszkańców
styczeń – grudzień 2025r. oraz 2026, 2027, 2028, 2029	Działania animacyjne skierowane do lokalnych liderów i społeczności	Animacja osób poprzez organizację konkursów i turniejów	wszyscy mieszkańcy obszaru LGD, lokalni liderzy	Konkursy, turnieje oraz inne aktywne formy wspierania inicjatyw lokalnych	3 konkursy/ turnieje	3000	Wzrost aktywności społecznej mieszkańców
styczeń – grudzień 2028r. oraz 2029r.	Poinformowanie mieszkańców i środowisk lokalnych o efektach realizacji LSR do 2028r.	Kampania informacyjna zrealizowanyc h celów i przedsięwzięć do 2018r. i zadań na kolejna lata	wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	badanie ewaluacyjne	1 badanie	3000	Wzrost liczby osób poinformowanych o efektach LSR.