

PLAN KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ

I. Prezentacja głównych celów i przesłanek leżących u podstaw opracowania planu

Plan komunikacji to ważny element Lokalnej Strategii Rozwoju na lata 2023-2029 „Chochła do borowiackiej grapy” (LSR), który stanowi podstawę prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych, animacyjnych i aktywizacyjnych lokalnej społeczności do wdrożenia LSR. Plan komunikacji to narzędzie zarówno zapewnienia sprawnej wymiany informacji na linii LGD - mieszkańcy obszaru LSR, ale również zapewnienia aktywnego, ciągłego i szeroko rozumianego uczestnictwa społeczności lokalnej w bieżącym wdrażaniu LSR oraz kreowanie lokalnych liderów, którzy dzięki swojemu zaangażowaniu mogą przyczynić się do rozwoju całego obszaru i osiągnięcia założonych w LSR celów. Głównym celem Planu Komunikacji jest więc zarówno udzielanie systematycznej i wszechstronnej informacji o działaniach planowanych w ramach LSR oraz postępach w ich wdrażaniu, promowanie LSR i działalności LGD wśród ogółu mieszkańców obszaru LSR, ale również integrowanie lokalnego środowiska i zachęcanie do współpracy, w tym realizowania operacji przez podmioty z obszaru LSR w partnerstwie.

Plan komunikacji został sporządzony zgodnie ze Standardem minimum stanowiącym załącznik do ogłoszenia o konkursie na wybór strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność (zaktualizowanym uchwałą Zarządu Województwa Kujawsko - Pomorskiego nr 6/301/24 z dnia 8 lutego 2024r.) **oraz** obowiązującymi w konkursie **warunkami dostępu – wymagania dotyczące tworzenia i funkcjonowania LGD (pkt. 5)**. W opracowaniu Planu wykorzystano także dotychczasowe doświadczenia LGD we współpracy z lokalną społecznością w perspektywie 2014-2020 i nie tylko.

Działania komunikacyjne zaproponowane w ramach niniejszego Planu oraz odpowiadające im środki przekazu poza wymienionymi powyżej zostały sformułowane na podstawie:

- ✓ **Ewaluacji zewnętrznej realizacji Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność „Dekel do borowiackiej grapy” na lata 2016-2023 dla Partnerstwa „Lokalna Grupa Działania Bory Tucholskie”** przeprowadzonej przez firmę zewnętrzną. Raport jest zwięźleniem ewaluacji prowadzonej w LGD w 2022 roku. Jednak dane wykorzystane w raporcie pochodzą z różnych okresów: od rozpoczęcia realizacji strategii w 2016 roku do 31 grudnia 2021. Zrealizowano badanie z wykorzystaniem koncepcji triangulacji metodologicznej. Przeprowadzono ankiety prowadzone techniką CAWI, Zogniskowany Wywiad Grupowy i wywiady pogłębione.

Czytamy w niej: 91% ankietowanych pozytywnie ocenia funkcjonowanie Lokalnej Grupy Działania, z czego 85% ocenia je bardzo dobrze. LGD nie uzyskało żadnych negatywnych opinii, natomiast 9% respondentów nie zajęło jednoznacznego stanowiska w tej kwestii (...) Funkcjonowanie Biura LGD otrzymało 97% pozytywnych ocen; najwięcej odpowiedzi “zdecydowanie się zgadzam” (94%) przydzielono stwierdzeniu, że łatwo jest umówić się na spotkanie z pracownikami biura LGD. Ankietowani doceniają również, że odpowiedzi na wiele pytań można uzyskać telefonując do Biura. Jeśli chodzi o ocenę pracowników biura LGD, ankietowani są bardzo zgodni uważając, że pracownicy są mili, uprzejmi oraz że udzielają rzetelnych informacji i porad; ponadto wykonują swoje obowiązki z zaangażowaniem i dysponują wiedzą odpowiednią do wykonywanej pracy. Jeśli chodzi o szczegółowe oceny funkcjonowania

biura LGD, ankietowani najwyższe noty przyznali prowadzeniu doradztwa oraz organizacji naborów wniosków. Respondenci uważają, że Biuro funkcjonuje bardzo dobrze w ramach prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych dla mieszkańców, informowania członków LGD o funkcjonowaniu stowarzyszenia oraz w kwestii pozyskiwania dodatkowych funduszy zewnętrznych. (str.29-32).

Najbardziej odpowiednimi kanałami przekazywania informacji zwrotnej od społeczności do LGD są zdecydowanie kontakt e-mailowy 59%, ankieta elektroniczna 53% i kontakt bezpośredni z przedstawicielem LGD 47%. Następnie kontakt telefoniczny, panel dyskusyjny po zakończeniu szkoleń i spotkań, kontakt przez portal społecznościowy i ankieta.

✓ **Licznych rozmów z mieszkańcami obszaru prowadzonych** w całym procesie opracowywania LSR (zrealizowano 20 spotkań różnego rodzaju) – mieszkańcy uczestniczący w spotkaniach (w szczególności osoby młode oraz osoby pracujące) wskazywali głównie na narzędzia internetowe (strony www, portal Facebook, Instagram) jako pierwsze i główne źródło pozyskiwania informacji nie tylko o działaniach LGD. Osoby starsze wskazywały zaś na lokalną prasę np. „Tygodnik Tucholski”. Zdaniem uczestników do dzieci i młodzieży najłatwiej dotrzeć za pośrednictwem szkół (dziennik elektroniczny), czy też organizację wydarzeń dla tej grupy.

Zaproponowane w ramach niniejszego Planu komunikacji wsparcie opisane w pkt. II. jest niewątpliwie odpowiedzią na wyżej sprecyzowane oczekiwania mieszkańców.

Najważniejsze cele realizacji planu określono jako:

CEL 1 - Rozpowszechnianie informacji o LSR (cele, przedsięwzięcia, harmonogram i zasady konkursów, efekty realizowanych działań) i działalności LGD, a także gromadzenie informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców.

W ramach powyższego celu planuje się docieranie do mieszkańców z szeroką informacją o szczegółowych założeniach LSR, planowanych przez LGD w danym roku naborach (harmonogramie), zasadach przyznawania pomocy, planowanych przez LGD działaniach animacyjnych i aktywizacyjnych, czy prowadzonych konsultacjach. W ramach celu LGD planuje wykorzystanie zarówno narzędzi internetowych, spotkania otwarte jak i publikacje informacji w prasie o zasięgu obejmującym obszar LSR.

CEL 2 - Rozpowszechnianie informacji o szczegółowych zasadach przyznania i rozliczania pomocy w ramach LSR oraz kreowanie pomysłów na projekty w ramach LSR.

W ramach przedmiotowego celu LGD planuje wsparcie mieszkańców bezpośrednio w pozyskiwaniu środków w ramach LSR poprzez szkolenia i doradztwo zarówno dot. zasad przyznawania pomocy i wypełniania dokumentacji projektowej, jak i rozliczania projektów (sporządzania wniosków o płatność).

CEL 3 - Tworzenie płaszczyzny współpracy głównych instytucji, organizacji i liderów działających na rzecz zdefiniowanych w LSR grup docelowych, w tym grup w niekorzystnej sytuacji.

W ramach celu planuje się realizację spotkań tematycznych z osobami/podmiotami działającymi na co dzień na rzecz zidentyfikowanych w LSR grup docelowych: dzieci i młodzieży, osób starszych oraz grup w niekorzystnej sytuacji (kobiet). Spotkania mają przyczynić się integracji środowiska osób/podmiotów zajmujących wskazanymi grupami docelowymi, jak również pozyskiwania przez LGD bieżącej informacji na temat potrzeb, oczekiwań jak i problemów związanych ze wspieraniem grup docelowych.

CEL 4 - Aktywizowanie środowisk lokalnych do podejmowania inicjatyw w ramach LSR (budowanie partnerstwa i współpracy).

W ramach celu planuje się realizację działań, które poprzez pokazanie namacalnych przykładów działań realizowanych przez lokalne społeczności zarówno obszaru LSR jak i mieszkańców innych

obszarów zachęca do podejmowania podobnych inicjatyw na obszarze objętym LSR. W ramach celu planuje się zatem organizację wizyt studyjnych, dorocznego pikniku organizacji pozarządowych, jak również realizację przez LGD różnorodnych inicjatyw na rzecz zdefiniowanych w LSR grup docelowych (warsztaty, pokazy, konkursy, quizy, plenery, udział w targach, etc.), które mogą być inspiracją do kolejnych inicjatyw realizowanych przez mieszkańców. Realizowane tutaj będą też inicjatywy ukierunkowane na współpracy pomiędzy członkami LGD.

CEL 5 - Integrowanie środowisk zainteresowanych rozwijaniem i upowszechnianiem zasobów lokalnego dziedzictwa (partnerstwo i współpraca w obszarze kultury, turystyki i rekreacji).

W ramach celu z uwagi na bogate zasoby lokalnego dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego obszaru LSR oraz założone w LSR działania wzmacniające produkty turystyczne Borów Tucholskich [m.in. wspieranie operacji w zakresie podejmowania lub rozwijania pozarolniczych działalności gospodarczych w zakresie turystyki i rekreacji (w tym również agroturystyki i zagród edukacyjnych), wspieranie rozwoju publicznej infrastruktury służącej turystyce i rekreacji, czy granty przyczyniające się do ochrony i upowszechnienia lokalnego dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego] w ramach celu LGD planuje działania animacyjne (spotkania, inicjatywy/wydarzenia, stoiska promocyjne, konkursy), które zarówno zintegrują wszystkich zainteresowanych rozwojem turystyki i rekreacji na obszarze LSR, przyczynią się do upowszechnienia tego dziedzictwa na zewnątrz i zachęcą do odwiedzania obszaru LSR, ale również będą elementem budowania partnerstwa i współpracy, w tym kreowania pomysłów na operacje partnerskie, które docelowo znajdą swoje źródło finansowania w ramach LSR.

II. 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 LSR i LGD jak najszerszą społeczność oraz aby zachęcić ją w aktywne włączenie się w proces wdrożenia LSR. W zaplanowanych działaniach komunikacyjnych jak wskazano powyżej LGD uwzględniło wszystkie elementy „Standardu minimum do planu komunikacji z lokalną społecznością dla Województwa Kujawsko-Pomorskiego” stanowiącego załącznik nr 1 do ogłoszenia konkursu na wybór strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność (LSR) na terenie województwa kujawsko-pomorskiego.

Główne grupy docelowe standardu minimum – prowadzone w ramach planu komunikacji działania zapewnią komunikację w szczególności z następującymi grupami określonymi w standardzie minimum:

Grupa 1 - lokalnymi liderami m.in. sołtysami, radnymi gmin, powiatów, województwa;

Grupa 2 - instytucjami kulturalnymi i/lub edukacyjnymi mającymi siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotekami, domami kultury, szkołami, uniwersytetami trzeciego wieku;

Grupa 3 - organizacjami pozarządowymi mającymi siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiającymi młodzież i seniorów) m.in. kołami gospodyń wiejskich, ochotniczymi strażami pożarnymi, klubami sportowymi;

Grupa 4 - instytucjami działającymi na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodkami pomocy społecznej, parafiami, warsztatami terapii zajęciowej itp.;

Grupa 5 - mieszkańcami obszaru LSR;

Grupa 6 - przedsiębiorcami mającymi siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR.

Ponadto LGD docierać będzie w sposób bezpośredni do zidentyfikowanych w LSR grup docelowych (dzieci i młodzieży, osób starszych, jak również grup w niekorzystnej sytuacji), a także organizacji/instytucji działających na rzecz zidentyfikowanych w LSR grup docelowych. Ponadto LGD docierać będzie do potencjalnych Wnioskodawców i Grantobiorców.

Zastosowane środki przekazu w zakresie standardu minimum:

- 1) **Stworzenie (lub prowadzenie) bazy mailowej** lokalnych liderów m.in. sołtysów, radnych gmin, powiatu, województwa, instytucji kulturalnych i/lub edukacyjnych mających siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotek, domów kultury, szkół, uniwersytetów trzeciego wieku itp. w celu informowania drogą mailową o konkursach, konsultacjach społecznych i wydarzeniach organizowanych przez LGD. W ramach ww. środka przekazu LGD dochowa najwyższej staranności, aby stworzyć bazę e-mail grup docelowych, w szczególności lokalnych liderów z obszaru LSR.
 - 2) **Kontynuacja wysyłki NEWSLETTERA** aby informować drogą elektroniczną o konkursach, konsultacjach społecznych i wydarzeniach organizowanych przez LGD. Wskazane grupy docelowe zgłaszają chęć otrzymywania takich informacji poprzez Newsletter.
 - 3) **Organizowanie raz w roku otwartego wydarzenia** (np. festynu, konferencji, rajdu rowerowego, konkursu kulinarnego, spływu kajakowego itp.) dla społeczności z terenu LSR, podczas którego LGD m.in. przedstawi swoje dotychczasowe działania oraz wsparcie którego udzieliło, jak również poinformuje o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów.
 - 4) Zorganizowanie raz w roku¹ Forum generalnego LGD, na które LGD zaprosi uczestników spotkań informacyjno-konsultacyjnych organizowanych w gminach oraz spotkań w zainteresowanych sołectwach (patrz standard 5 poniżej), a także przedstawicieli grup docelowych wymienionych w standardzie oraz innych lokalnych partnerów działających w obszarze społecznym i gospodarczym. Podczas Forum LGD przedstawi wnioski, pomysły i potrzeby zgłoszone podczas spotkań gminnych.
Podczas Forum mogą być także zebrane nowe potrzeby, na które odpowiedzią może być LSR. Przedmiotem konsultacji na Forum będzie także sposób premiowania projektów w ramach konkursów ogłaszanych przez LGD. Efektem Forum generalnego będzie zbiorczy raport LGD zawierający kompleksową analizę wniosków zebranych podczas zebrań w sołectwach i gminach (patrz standard 5 poniżej – raporty gminne) oraz ewentualne rekomendacje.
Raport zbiorczy zostanie przekazany przez LGD do Wydziału Koordynacji RLKS. Akceptacja raportu przez ZW warunkuje możliwość ogłoszenia konkursów przez LGD wielofunduszowe.
- ¹ *W 2024 roku LGD zorganizuje 2 Fora generalne - w ramach pierwszego Forum prezentowany jest harmonogram konkursów na 2024 rok, w ramach drugiego – harmonogram konkursów na 2025 rok.*
- 5) Zorganizowanie raz w roku² 1 spotkania informacyjno-konsultacyjnego z przedstawicielami grup docelowych działań komunikacyjnych (w szczególności przedstawicielami sołectw – patrz opis poniżej spotkania w sołectwach) w każdej gminie obszaru LSR.
Punktem wyjścia do spotkań gminnych będą w miarę możliwości wcześniejsze spotkania w sołectwach, o organizację których zostaną poproszone przez Zarząd Województwa lokalne samorządy. LGD jest zobligowane uczestniczyć w przedmiotowych spotkaniach na zaproszenie zainteresowanych sołectw.
Podczas spotkań omówione zostaną zarówno możliwości uzyskania dofinansowania, jak również nastąpi identyfikacja pomysłów, które będzie można zrealizować w ramach konkursów ogłoszonych przez LGD w najbliższym czasie.

Z każdego spotkania gminnego sporządzony zostanie przez LGD raport zawierający zgłoszone przez uczestników pomysły i potrzeby mogące zostać sfinalizowane w ramach LSR. Najistotniejsze elementy raportu gminnego znajdą swoje odzwierciedlenie w raporcie zbiorczym z Forum generalnego LGD (patrz opis standard 4). O terminie i miejscu spotkania gminnego powinien zostać powiadomiony ZW.

LGD przygotowuje również materiały informacyjne na spotkania w sołectwach, gminach zawierające w szczególności opis zakresów wsparcia przewidywanych w LSR oraz informację o planowanych terminach konkursów.

²W 2024 roku LGD zorganizuje 2 spotkania informacyjno-konsultacyjne w każdej gminie.

- 6) **Organizacja bezpłatnych szkoleń** w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia. Dopuszcza się możliwość organizacji szkoleń, które swoją tematyką (zakresem) będą obejmować więcej niż jeden konkurs.
- 7) **Funkcjonowanie strony internetowej LGD** zgodnie ze stworzonym i przekazanym przez ZW interfejsem (layout) oraz bieżąca jej aktualizacja, w ramach której:
 - a. zapewniony zostanie dostęp do informacji o aktualnym harmonogramie naborów oraz wynikach konkursów 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.
 - b. do ostatniego dnia czerwca każdego roku realizacji LSR zamieszczone zostanie roczne sprawozdanie z wdrażania LSR za poprzedni rok zawierające następujące informacje:
 - Stan wdrażania LSR: lista projektów, które uzyskały wsparcie z budżetu LSR (wnioskodawca, tytuł projektu, kwota wsparcia, a w przypadku EFS+ miejsce realizacji projektu); informacja o przeprowadzonych przez LGD szkoleniach, spotkaniach informacyjnych, konsultacjach i doradztwie w związku z przeprowadzonymi naborami.
 - Prowadzone przez LGD działania animacyjne (należy opisać wydarzenia zorganizowane przez LGD np. spotkania, warsztaty, festyny, targi, konkursy, targi, konferencje itp.) oraz projekty realizowane z innych środków niż budżet LSR.
- 8) Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych LGD przy użyciu **Facebooka**
- 9) LGD zobowiązuje się także do informowania ZW/wskazanej organizacji/institucji z co najmniej 14-dniowym wyprzedzeniem o wszystkich zaplanowanych przez LGD aktywnościach/wydarzeniach na terenie objętym LSR (m.in. festynach, konkursach, podpisywaniu umów grantowych, szkoleniach, warsztatach), na wskazany przez ZW adres mailowy.

Powyższe standardy mają swoje odzwierciedlenie w TABELI: Szczegółowy opis planu komunikacji (poniżej) i będą każdorazowo stosowane przez LGD.

LGD prowadzić będzie także inne działania celem zapewnienia udziału jak najszerszego grona lokalnych społeczności we wdrażaniu LSR, w tym również kojarzenia partnerów, budowania współpracy na poziomie lokalnym, integrowania i aktywizowania społeczności do podejmowania inicjatyw w ramach LSR m.in. fora tematyczne, wizyty studyjne, inicjatywy na rzecz

zdiagnozowanych w LSR grup w niekorzystnej sytuacji oraz pozostałych grup docelowych objętych wsparciem w ramach LSR, a także inne działania (szczegóły TABELA).

Za realizację działań przewidzianych do realizacji w ramach planu komunikacji odpowiedzialni będą pracownicy biura LGD nadzorowani przez Dyrektora biura LGD.

Zakładane działania komunikacyjne będą w większości kontynuacją działań prowadzonych w okresie wdrażania LSR w perspektywie 2014-2020, które jak wykazano we wstępie dokumentu, zostały pozytywnie ocenione przez mieszkańców obszaru biorących udział w badaniu ankietowym podczas ewaluacji zewnętrznej LSR i LGD.

Ponadto raport wskazuje, że „*Lokalna Grupa Działania jest obecna w społeczności od wielu lat. Druga już strategia realizowana na obszarze sprawiła, że rozpoznawalność Partnerstwa jest bardzo wysoka. Wśród ankietowanych ponad trzy czwarte deklaruje, że zna Partnerstwo „Lokalna Grupa Działania Bory Tucholskie. Głównym źródłem wiedzy o LGD są instytucje takie jak urząd lub szkoła. Znaczna część respondentów wskazuje na uczestnictwo w działaniach inicjowanych przez Partnerstwo jako źródło informacji o LGD. Kanałami poznania Stowarzyszenia jest lokalna prasa lub rozmowy ze znajomymi i sąsiadami i inne działania LGD m.in. imprezy animacyjne, seminarium lokalnych grup działania, warsztaty dla osób zagrożonych ubóstwem lub wykluczeniem, opracowanie, wydanie map i przewodników turystycznych*”(str.39-42), co niewątpliwie potwierdza jak LGD skutecznie dociera z ofertą do mieszkańców. Nowością, ale również dużym przedsięwzięciem logistycznym dla LGD, w okresie 2024-2029 będą niewątpliwie spotkania informacyjno-konsultacyjne w każdym sołectwie obszaru LSR.

LGD będzie także wzmocniać i rozwijać wewnętrzną komunikację z członkami LGD, aby ich bardziej zmobilizować do włączenia się w proces wdrażania LSR. Powołany zostanie reprezentatywny dla wszystkich grup tworzących LGD, Zespół Roboczy ds. opiniowania zmian w Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność, którego głównym zadaniem w sytuacji konieczności zmian LSR lub w dokumentach jej towarzyszących, było odnoszenie się do propozycji zebranych przez LGD w trakcie społecznych konsultacji planowanych zmian (zmiany w zakresie: przedsięwzięć, wskaźników realizacji LSR oraz lokalnych kryteriów wyboru). Planuje się jednak rozszerzenie zakresu działania grupy roboczej, tj. nie tylko opiniowanie zmian w LSR i dokumentach jej towarzyszących, ale również analiza postępów we wdrażaniu LSR oraz w osiąganiu jej celów wyrażonych wskaźnikami, a także ocena prowadzonych przez LGD działań w zakresie animacji i aktywizacji – rozwijanie zdolności podmiotów lokalnych do opracowywania i wdrażania projektów/grantów w ramach LSR. Zgłoszone podczas posiedzenia Zespołu uwagi i rekomendacje będą mogły być podstawą do ew. aktualizacji LSR lub dokumentów jej towarzyszących (procedur, lokalnych kryteriów wyboru).

Szczegółowy opis działań komunikacyjnych wraz ze wskazaniem grup docelowych, środków przekazu, zakładanych wskaźników i efektów działań komunikacyjnych w kolejnych latach wdrażania LSR zawarto poniżej w TABELI: Szczegółowy opis planu komunikacji. Zakłada się, iż zgodnie z założeniami *Standardu*, działania w ramach planu komunikacji będą uruchamiane w okresach półrocznych lub rocznych. Zgodnie z zapisami umowy ramowej 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.

Ważne w przypadku odniesienia efektów działań komunikacyjnych do liczby mieszkańców na obszarze LSR każdorazowo przyjęto stan na 31.12.2020 r., tj. **47 453 osoby**.

TABELA: Szczegółowy opis planu komunikacji

Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych wraz z wartościami	Planowane efekty działań komunikacyjnych
DZIAŁANIA REALIZOWANE COROCZNIE W LATACH 2024-2028					
Rozpowszechnianie informacji o LSR (cele, przedsięwzięcia, harmonogram i zasady konkursów, efekty realizowanych działań) i działalności LGD, a także gromadzenie informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców		Grupy docelowe działań komunikacyjnych (1-2)	STANDARD 1 - Stworzenie, a w kolejnych latach prowadzenie i aktualizacja bazy mailowej	1 baza e-mail lokalnych liderów oraz instytucji kulturalnych i/lub edukacyjnych	min. 40 adresów e-mail w bazie Źródło pomiaru: wykaz adresów
		Wszystkie grupy docelowe działań komunikacyjnych (1-6) – ogólnodostępność	STANDARD 7 - Funkcjonowanie strony internetowej LGD zgodnie ze stworzonym i przekazanym przez ZW interfejsem (layout) oraz bieżąca jej aktualizacja	1 aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD	ilość odsłon/wyświetleń strony w ciągu roku – 1000 Źródło pomiaru: statystyki strony
		Grupy docelowe działań komunikacyjnych (3-6)	STANDARD 2 - Kontynuacja wysyłki Newslettera	min. 4 wydania NEWSLETTERA w roku, utworzenie bazy mailowej oraz jej aktualizacja	min. 25 osób/podmiotów/adresów Źródło pomiaru: print screen METODOLOGIA: min. 5 osób/podmiotów/adresów na każde 10 tys. mieszkańców obszaru LSR zapisanych do newslettera.
		Wszystkie grupy docelowe działań komunikacyjnych (1-6) – ogólnodostępność	Publikacja informacji w prasie obejmującej zasięgiem obszar LSR	min. 2 informacje/rok	min. 100 osób/artykuł Źródło pomiaru: oświadczenie o wielkości nakładu gazety i/lub umowa z Wydawcą
		Wszystkie grupy docelowe działań komunikacyjnych (1-6) – ogólnodostępność	STANDARD 8 - Wprowadzenie działań informacyjno-promocyjnych LGD przy użyciu Facebook	1 kanał społecznościowy prowadzony przez LGD	min. 4 różne aktywności w każdym miesiącu danego roku Źródło pomiaru: print screen
		Wszystkie grupy docelowe działań komunikacyjnych (1-6) – ogólnodostępność	STANDARD 4 - zorganizowanie raz w roku Forum generalnego LGD	min. 1 zorganizowane Forum generalne LGD w roku (w 2024r. 2 Fora generalne)	raport z Forum generalnego LGD Źródło pomiaru: potwierdzenie przekazania raportu do Wydziału RLKS
		Wszystkie grupy docelowe działań komunikacyjnych (1-6) – ogólnodostępność	STANDARD 5 – zorganizowanie raz w roku 1 spotkania informacyjno-konsultacyjnego z przedstawicielami grup docelowych działań komunikacyjnych w każdej gminie obszaru LSR.	min. 1 zorganizowane spotkanie w każdej gminie w roku (w 2024r. 2 spotkania w każdej gminie) Liczba gmin – 6	min. 6 zorganizowanych spotkań informacyjno-konsultacyjnych w każdej gminie. Źródło pomiaru: program spotkania
		Mieszkańcy obszaru LSR (5)	STANDARD 3 – Organizowanie otwartego wydarzenia (np. festyn, konferencja, rajd rowerowy, konkursu kulinarnego, spływu kajakowego itp.) dla społeczności z obszaru LSR	min. 1 zorganizowane wydarzenie w roku	min. 100 uczestników wydarzenia/wydarzeń/rok Źródło pomiaru: sprawozdanie (opracowanie własne LGD) METODOLOGIA: min. 100 uczestników wydarzenia/wydarzeń zorganizowanych przez LGD na każde 50 tys. mieszkańców obszaru objętego LSR w roku.)

<p>Rozpowszechnianie informacji o szczegółowych zasadach przyznawania pomocy w ramach LSR oraz kreowanie pomysłów na projekty w ramach LSR</p>	<p>„Od pomysłu do projektu”</p>	<p>Potencjalni wnioskodawcy/grantobiorcy w ramach LSR, w tym także wszystkie grupy docelowe (1-6) zainteresowane wsparciem szkoleniowym lub doradczym</p>	<p>STANDARD 6 - Organizacja bezpłatnych szkoleń w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia / 1 szkolenie Źródło pomiaru: lista obecności</p>	<p>min. 1 szkolenie/część szkolenia dot. każdego ogłoszonego konkursu</p>	<p>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 / 1 szkolenie Źródło pomiaru: lista obecności</p>
<p>Tworzenie płaszczyzny współpracy głównych instytucji, organizacji i liderów działających na rzecz zdefiniowanych w LSR grup docelowych, w tym grup w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>„Zacna aura”</p>	<p>Spotkania z przedstawicielami instytucji, organizacji i liderami działającymi na rzecz zdefiniowanych w LSR grup docelowych, w tym grup w niekorzystnej sytuacji, w tym wskazane grupy docelowe działań komunikacyjnych 1-4</p>	<p>Realizacja spotkań tematycznych dot. potrzeb, oczekiwań i problemów grup docelowych (dzieci i młodzież, osób starszych oraz osób w niekorzystnej sytuacji)</p>	<p>min. 1 zrealizowane spotkanie/rok</p>	<p>min. 10 uczestników/spotkanie Źródło pomiaru: lista obecności</p>
<p>Aktywizowanie środowisk lokalnych do podejmowania inicjatyw w ramach LSR (budowanie partnerstwa i współpracy)</p>	<p>„Z. Leszym po (nie tylko) borowiackich łąkach” generowanie pomysłów na lokalne inicjatywy poprzez upowszechnianie dobrych praktyk</p>	<p>Grupy docelowe zdefiniowane w LSR: dzieci i młodzież, osoby starsze oraz osoby w niekorzystnej sytuacji (kobiety) Grupy docelowe zdefiniowane w LSR oraz instytucje/organizacje działające na rzecz tych grup a także grupy docelowe działań komunikacyjnych 1-5</p>	<p>Realizacja inicjatywy na rzecz grup docelowych Organizacja wyjazdów studyjnych na obszarze LSR lub poza obszar LSR</p>	<p>min. 1 zrealizowana inicjatywa /rok min. 1 zrealizowany wyjazd x min. 15 osób</p>	<p>min. 15 odbiorców każdej inicjatywy Źródło pomiaru: sprawozdanie (opracowanie własne LGD) min. 15 osób uczestniczących w wyjeździe Źródło pomiaru: lista obecności</p>
<p>Integrowanie środowisk zainteresowanych rozwojem i upowszechnianiem zasobów lokalnego dziedzictwa (partnerstwo i współpraca w obszarze turystyki i rekreacji)</p>	<p>Bory Tucholskie – naturalnie!</p>	<p>Grupy docelowe działań komunikacyjnych 1 oraz 3 Mieszkańcy obszaru LSR, sołtysi, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, zainteresowani rozwojem produktu „Bory Tucholskie”</p>	<p>Organizacja „Pikniku organizacji pozarządowych” Organizacja spotkań tematycznych i/lub inicjatyw dot. rozwijania turystyki, rekreacji i dziedzictwa kulturowego na obszarze LSR Organizacja stoisk promujących lokalne dziedzictwo podczas ważnych wydarzeń na obszarze LSR lub poza obszarem LSR</p>	<p>min. 1 wydarzenie /rok x min. 5 organizacji min. 1 spotkanie i/lub inicjatywy/rok min. 2 stoiska promocyjne w roku</p>	<p>min. 20 osób uczestniczących w Pikniku Źródło pomiaru: lista obecności min. 1 wspólna inicjatywa Źródło pomiaru: sprawozdanie (opracowanie własne LGD) min. 2 wystawców/stoisko Źródło pomiaru: sprawozdanie (opracowanie własne LGD)</p>

Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych wraz z wartościami	Planowane efekty działań komunikacyjnych	
DZIAŁANIA REALIZOWANE W ROKU 2029						
Rozpowszechnianie informacji o LSR (cele, przedsięwzięcia, harmonogram i zasady konkursów, efekty realizowanych działań) i działalności LGD, a także gromadzenie informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców		Grupy docelowe działań komunikacyjnych (1-2)	STANDARD 1 - Prowadzenie i aktualizacja bazy mailowej	1 baza e-mail lokalnych liderów oraz instytucji kulturalnych i/lub edukacyjnych.	min. 40 adresów e-mail w bazie Źródło pomiaru: wykaz adresów	
		Wszystkie grupy docelowe działań komunikacyjnych (1-6) – ogólnodostępność		STANDARD 7 - Funkcjonowanie strony internetowej LGD zgodnie ze stworzonym i przekazanym przez ZW interfejsem (layout) oraz bieżąca jej aktualizacja	1 aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD	ilość odsłon/wyświetleń strony w ciągu roku – 1000 Źródło pomiaru: statystyki strony
		Grupy docelowe działań komunikacyjnych (3-6)		STANDARD 2 - Kontynuacja wysiłki Newslettera	min. 4 wydania NEWSLETTERA w roku, utworzenie bazy mailowej oraz jej aktualizacja	min. 25 osób/podmiotów/adresów Źródło pomiaru: print screen METODOLOGIA: min. 5 osób/podmiotów/adresów na każde 10 tys. mieszkańców obszaru LSR zapisanych do newslettera.
		Wszystkie grupy docelowe działań komunikacyjnych (1-6) – ogólnodostępność		STANDARD 8 - Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych LGD przy użyciu Facebook	1 kanał społecznościowy prowadzony przez LGD	min. 4 różne aktywności w każdym miesiącu danego roku Źródło pomiaru: print screen
		Wszystkie grupy docelowe działań komunikacyjnych (1-6) – ogólnodostępność		STANDARD 4 – zorganizowanie raz w roku Forum generalnego LGD	min. 1 zorganizowane Forum generalne LGD w roku	raport z Forum generalnego LGD Źródło pomiaru: potwierdzenie przekazania raportu do Wydziału RLKS
		Wszystkie grupy docelowe działań komunikacyjnych (1-6) – ogólnodostępność		STANDARD 5 – zorganizowanie raz w roku 1 spotkania informacyjno-konsultacyjnego z przedstawicielami grup docelowych działań komunikacyjnych w każdej gminie obszaru LSR.	min. 1 zorganizowane spotkanie w każdej gminie Liczba gmin – 6	min. 6 zorganizowanych spotkań informacyjno-konsultacyjnych w każdej gminie Źródło pomiaru: program spotkania
	Mieszkańcy obszaru LSR (5)		STANDARD 3 - Organizowanie raz w roku otwartego wydarzenia (np. festyn, konferencja, rajd rowerowy, konkursu kulinarnego, spływu kajakowego itp.) dla społeczności z obszaru LSR	min. 1 zorganizowane wydarzenie w roku	min. 100 uczestników wydarzenia/wydarzeń/trok Źródło pomiaru: sprawozdanie (opracowanie własne LGD) METODOLOGIA: min. 100 uczestników wydarzenia/wydarzeń zorganizowanych przez LGD na każde 50 tys. mieszkańców obszaru objętego LSR w roku)	
Rozpowszechnianie informacji o szczegółowych zasadach przyznania i rozliczania pomocy w ramach LSR oraz kreowanie pomysłów na projekty w ramach LSR	„Od pomysłu do projektu”	Potencjalni wnioskodawcy/grantobiorcy w ramach LSR, w tym także wszystkie grupy docelowe (1-6) zainteresowane wsparciem szkoleniowym lub doradczym	STANDARD 6 - Organizacja bezpłatnych szkoleń w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem konkursu lub w trakcie trwania ogłoszenia.	min. 1 szkolenie/część szkolenia dot. każdego ogłoszonego konkursu	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. / 1 szkolenie Źródło pomiaru: lista obecności	

Działania jakie będą podejmowane przez LGD w przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD.

Doświadczenia LGD z okresu programowania 2014-2020, a także pozytywna informacja zwrotna od mieszkańców licznych spotkań konsultacyjnych prowadzonych na etapie projektowania LSR (w tym spotkań w każdej gminie obszaru), wskazują na bardzo wysoki poziom akceptacji dla przedsięwzięć/działań zaplanowanych w ramach LSR na lata 2023-2029, jednak jeśli w 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 problemem m.in. poprzez zwiększenie ilości i formy działań szkoleniowych, doradczych, zwiększenia oddziaływania kampanii społecznych w zakresie ważnego dla celów LSR tematu.

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 programu regionalnego Fundusze dla Kujaw i Pomorza na lata 2021-2027 lub PS WPR m.in. poprzez zamieszczenie na oficjalnej stronie LGD informacji o źródłach finansowania Planu komunikacji z lokalną społecznością i LSR ze środków ww. dwóch programów współfinansowanych z 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.

III. Opis sposobu, w jaki będzie analizowana efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu (w tym tryb korygowania planu komunikacji)

Analiza efektywności prowadzonych działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu następować będzie poprzez:

- ✓ analizę raportów sporządzanych w ramach monitoringu na temat postępów w realizacji działań LSR w postaci okresowych (rocznych) sprawozdań z realizacji LSR przygotowywanych przez Biuro i Zarząd LGD,
- ✓ analizę wniosków i rekomendacji uczestników warsztatu refleksyjnego przeprowadzanego przez LGD w każdym roku realizacji LSR (w ramach ewaluacji wewnętrznej on-going)
- ✓ analizę wyników ankiet oceny szkolenia/warsztatu/spotkania informacyjnego – każdorazowo po zakończeniu szkolenia/warsztatu/spotkania informacyjnego,
- ✓ analizę ankiet oceniających jakość świadczonego doradztwa przez pracowników biura LGD – minimum raz na rok,

Analizy efektów dokonuje Zarząd LGD na podstawie materiału przygotowanego przez Dyrektora biura LGD.

Tryb korygowania: W sytuacji gdy realizowane działania komunikacyjne nie przynoszą spodziewanych efektów Zarząd LGD wspólnie z Dyrektorem biura LGD po zasięgnięciu opinii

mieszkańców obszaru LSR formułuje stosowne działania korygujące, które przedkłada następnie do zatwierdzenia przez Zarząd Województwa.

IV. Indykacyjny budżet przeznaczony na działania komunikacyjne

Jak wspomniano powyżej za realizację planu komunikacji odpowiadać będą pracownicy biura LGD, stąd też działania komunikacyjne w całości pokryte zostaną ze środków przeznaczonych na ZARZĄDZANIE LSR przewidzianych dla LGD zarówno w ramach PS WPR na lata 2023-2029 oraz kosztów pośrednich obsługi projektów grantowych współfinansowanych ze środków EFS+.

Zakładany całkowity koszt związany z realizacją działań komunikacyjnych będzie wynosił szacunkowo **60.000,00 EUR**.

Główne kategorie wydatków: koszty organizacji spotkań i warsztatów (w tym poczęstunku), wyjazdów studyjnych (w tym m.in. noclegów, wyżywienia, transportu), organizacji wydarzeń, wynagrodzenia i pochodne (pracowników LGD odpowiadających za wdrożenie większości działań planu ale również osób z zewnątrz np. ekspertów zapraszanych na spotkania tematyczne) oraz inne koszty niezbędne do prawidłowej realizacji zadań przewidzianych w ramach Planu komunikacji i zakładanych celów działań komunikacyjnych (przy założeniu minimalizacji wydatków na gadzety reklamowe oraz publikacji wymagających druku).

PREZES
PARTNERSTWA "LGD
BORYTUCHOLSKIE"

Magdalena Kurpinowicz
.....
Magdalena Kurpinowicz

21.02.2014

