

Standard minimum do planu komunikacji z lokalną społecznością dla Województwa Kujawsko-Pomorskiego

Wprowadzenie standardu minimum jest wynikiem doświadczeń i obserwacji w perspektywie finansowej 2014-2020. Wprowadzenie tego standardu ma zapewnić lepszą i sprawniejszą komunikację pomiędzy lokalną grupą działania (dalej LGD) i mieszkańcami oraz podmiotami działającymi na jej obszarze. Jest to niezwykle istotny proces wynikający z roli jaka w ramach polityki terytorialnej została przypisana LGD jako stowarzyszeniom odpowiedzialnym za kreowanie rozwoju i zmian na poziomie lokalnym. Standard minimum będzie obejmował wskazanie minimalnych wymagań, które polepszą komunikację ze społecznością w trakcie realizacji strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność (dalej LSR) w dwóch elementach planu komunikacji – adresatów i środków przekazu działań komunikacyjnych.

Elementy Planu Komunikacji są zgodne z załącznikiem nr 2 do Regulaminu konkursu na wybór LSR - Warunki dostępu. W opracowaniu standardu minimum wykorzystano opisy z PORADNIKA DLA LGD W ZAKRESIE OPRACOWANIA LOKALNYCH STRATEGII ROZWOJU NA LATA 2014-2020 wydanie III (materiał zredagowany w Departamencie Rozwoju Obszarów Wiejskich Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi na podstawie wyników prac Zespołu Roboczego ds. Opracowania Zakresu Lokalnych Strategii Rozwoju przy Grupie tematycznej ds. Podejścia Leader).

1. Główne cele i przesłanki leżące u podstaw opracowania planu komunikacji

Główne cele działań komunikacyjnych wynikające z przeprowadzonej analizy potrzeb/problemów komunikacyjnych - LGD powinna w tym miejscu opisać wyniki przeprowadzonej analizy, które zostały wzięte pod uwagę przy opracowaniu planu komunikacji (np. zidentyfikowane problemy w obszarze komunikacji, przeprowadzone dyskusje na ten temat, wyniki badań ewaluacyjnych, itp.). LGD powinna również określić najważniejsze cele realizacji planu (tj. wskazać jak będzie na bieżąco informować o stanie realizacji LSR, w tym o stopniu osiągania celów i wskaźników, czy też jak będzie bieżąco informować potencjalnych wnioskodawców o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, w tym np. o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR, albo w jaki sposób będzie promować dobre praktyki osiągnięte w innych regionach kraju lub za granicą, prezentować ich oddziaływanie na kolejne operacje zgłaszane do LGD, jak będzie zwiększać zaangażowanie mieszkańców w działalność LGD, czy też kilka celów łącznie, itp.).

2. Opis działań komunikacyjnych i grup docelowych oraz środków przekazu, w tym działań podejmowanych w przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD

LGD powinna opisać zakładane działania komunikacyjne (np. kampanie informacyjne, badania satysfakcji, konferencje, szkolenia, seminaria, warsztaty tematyczne itp.), za pomocą których zamierza skutecznie dotrzeć do społeczności lokalnych i przekonać je, iż warto aktywnie uczestniczyć w bieżącej realizacji LSR, a także wskazać jakie środki przekazu w ramach tych działań (np. artykuły w prasie, ogłoszenia w urzędach, biuletyny, audycje w radiu, ankiety, bezpośrednie spotkania, portale społecznościowe, itp.) zostaną do tego użyte. Opisuując poszczególne działania komunikacyjne należy wskazać jakie cele z pkt 1 realizują. Należy przy tym opisać czy zakładane działania będą różniły się od stosowanych na danym obszarze w perspektywie 2014-2020 oraz czy będą zawierały elementy atrakcyjne, innowacyjne i czytelne dla konkretnych grup adresatów. Istotną kwestią tej części jest również opisanie w jaki sposób LGD zamierza utrzymać mobilizację społeczną w całym kilkuletnim procesie komunikacji w trakcie wdrażania LSR.

Adresaci działań komunikacyjnych

W ramach instrumentu Rozwój lokalny kierowany przez społeczność (dalej RLKS) mieszkańcy oraz przedstawiciele sektorów publicznego, gospodarczego i społecznego z danego obszaru tworzą partnerstwo lokalne, które opracowuje i realizuje LSR. To działanie służące włączeniu obywateli na szczeblu lokalnym w inicjowanie i realizację działań na rzecz rozwoju lokalnego. Z uwagi na główne założenia RLKS tj. podejście partnerskie, oddolność, tworzenie różnego rodzaju sieci, których celem jest pomoc w dzieleniu się doświadczeniami i przekazywanie wiedzy między interesariuszami a LGD, współpracę i partycypację niezbędne jest zapewnienie komunikacji z jak najszerszym gronem odbiorców zamieszkujących i działających na obszarze LSR. Wskazanie głównych adresatów poszczególnych działań komunikacyjnych, tj. grup docelowych powinno zagwarantować, iż udział społeczności lokalnych będzie w procesie komunikacji możliwie szeroki i co do zasady otwarty.

Standard minimum w zakresie adresatów działań komunikacyjnych:

W zakresie Grup docelowych :

W przypadku LGD wiejskich/wiejsko-miejskich niezbędne jest zapewnienie komunikacji z:

1. lokalnymi liderami m.in. sołtysami, radnymi gmin, powiatów, województwa;
2. instytucjami kulturalnymi i/lub edukacyjnymi mającymi siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotekami, domami kultury, szkołami, uniwersytetami trzeciego wieku;
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;
4. instytucjami działającymi na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodkami pomocy społecznej, parafiami, warsztatami terapii zajęciowej itp.;
5. mieszkańcami obszaru LSR;
6. przedsiębiorcami mającymi siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR,

W przypadku LGD miejskich niezbędne jest zapewnienie komunikacji z:

1. lokalnymi liderami m.in. radami osiedli/okręgów (o ile zostały utworzone), radnymi rady miejskiej, województwa.
2. instytucjami kulturalnymi i/lub edukacyjnymi mającymi siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotekami, domami kultury, teatrami, szkołami, uniwersytetami trzeciego wieku itp.
3. organizacjami pozarządowymi mającymi siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiającymi młodzież i seniorów) m.in. klubami osiedlowymi, spółdzielniami mieszkaniowymi, klubami sportowymi
4. instytucjami działającymi na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej m.in. ośrodkami pomocy społecznej, parafiami, warsztatami terapii zajęciowej itp.
5. mieszkańcami obszaru LSR
6. przedsiębiorcami mającymi siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR

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, teatrów, 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 jest zobowiązana do dokonania najwyższej staranności aby stworzyć bazę e-mail grup docelowych, w szczególności lokalnych liderów z obszaru LSR.
2. Dodanie newslettera do strony internetowej LGD (lub kontynuacja jego wysyłki jeśli LGD posiada newsletter), aby informować drogą elektroniczną podmioty wskazane w grupach docelowych niniejszego standardu minimum (pkt. 3-6) o konkursach, konsultacjach społecznych i wydarzeniach organizowanych przez LGD. Wskazane grupy docelowe zgłaszają chęć otrzymywania takich informacji poprzez newsletter. Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych wraz z wartościami:
 - min. 4 wydania NEWSLETTERA w roku,
 - utworzenie bazy mailowej
 Planowany efekt działania komunikacyjnego:
 - min. 5 osób/podmiotów/adresów na każde 10 tys. mieszkańców obszaru LSR zapisanych do newslettera.
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. W przypadku LGD miejskich dopuszczalna jest współorganizacja takiego działania w ramach wydarzeń o zasięgu ogólnomiejskim. W takim przypadku konieczne będzie zapewnienie, aby:

- materiały informacyjne promujące wydarzenie zawierały informację o współorganizacji działania przez LGD,
- podczas wydarzenia co najmniej 2-krotnie uczestnicy zostali poinformowani przez osoby prowadzące wydarzenie o działalności LGD,
- wystawione zostało stoisko informacyjne LGD, gdzie każdy z uczestników będzie miał możliwość uzyskania informacji o działalności LGD i możliwości uzyskania wsparcia ze środków LSR.

Wydarzenia organizowane przez LGD mogą być elementem szerszej kampanii promocyjnej RLKS w województwie, w wyniku której powstanie wspólny kalendarz takich wydarzeń. W związku z tym stworzony zostanie wspólny ich kalendarz.

Wskaźnik realizacji działań komunikacyjnych wraz z wartościami:

- min. 1 zorganizowane wydarzenie w roku

Planowany efekt działania komunikacyjnego

- min. 100 uczestników wydarzenia/wydarzeń

zorganizowanych/współorganizowanych przez LGD na każde 50 tys. mieszkańców obszaru objętego LSR w roku¹.

4. W przypadku LGD wielofunduszowych - zorganizowanie raz w roku otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego w każdym sołectwie z Radą sołecką i mieszkańcami. Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnie informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców danego sołectwa. Z każdego spotkania powinien zostać sporządzony protokół podpisany przez przedstawiciela LGD oraz przedstawiciela sołectwa. O terminie i miejscu spotkania powinien zostać powiadomiony Zarząd Województwa (dalej: ZW).

W przypadku LGD monofunduszowych - zorganizowanie raz w roku otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego z każdą z rad osiedli/okręgów (o ile zostały utworzone) i mieszkańcami obszaru podczas którego LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów w ramach LSR, poinformuje o zasadach przeprowadzenia tych konkursów oraz zasięgnie informacji o potrzebach i oczekiwaniach ww. grup.

Z każdego spotkania zostanie sporządzony protokół podpisany przez przedstawiciela LGD oraz przedstawiciela rad osiedli/okręgów/mieszkańców obecnych na spotkaniu.

O terminie i miejscu spotkania powinien zostać powiadomiony ZW.

Wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego wraz z wartością:

- min. 1 zorganizowane spotkanie informacyjno-konsultacyjne w każdym sołectwie w roku (dot. LSR wielofunduszowych – do oszacowania przez LGD w zależności od liczby sołectw na terenie objętym LSR)².

¹ W przypadku organizacji więcej niż 1 wydarzenia w roku liczba uczestników wydarzeń sumuje się.

² Wskaźnik będzie uważany za osiągnięty jeśli LGD udokumentuje podjęcie działań zmierzających do spotkania w każdym sołectwie/z każdą z Rad osiedli lub okręgów (o ile zostały utworzone) i brak woli takiego spotkania lub brak odzewu na zaproszenie do spotkania.

- min. 1 zorganizowane spotkanie informacyjno-konsultacyjne z każdą z rad osiedli/okręgów (o ile zostały utworzone) i mieszkańcami (dot. LSR monofunduszowych)².

Planowany efekt działania komunikacyjnego:

- ilość osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym w każdym sołectwie (dot. LSR wielofunduszowych)². Minimalna wartość wskaźnika do określenia przez LGD w zależności od liczby sołectw na obszarze objętym LSR.
- Ilość osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym z każdą z rad osiedli/okręgów (o ile zostały utworzone) i mieszkańcami (dot. LSR monofunduszowych)². Minimalna wartość wskaźnika do określenia przez LGD w zależności od liczby osiedli/okręgów na obszarze objętym LSR.

5. W przypadku LGD wielofunduszowych zorganizowanie raz w roku min. 1 spotkania informacyjno-konsultacyjnego z przedstawicielami grup docelowych działań komunikacyjnych w każdej gminie obszaru LSR. Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnie informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców gminy. Ze spotkania powinien zostać sporządzony protokół podpisywany przez przedstawiciela LGD oraz przedstawiciela/i ww. grup docelowych działań komunikacyjnych z obszaru gminy. O terminie i miejscu spotkania powinien zostać powiadomiony ZW.

W przypadku LGD monofunduszowych zorganizowanie raz w roku otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego z przedstawicielami grup docelowych działań komunikacyjnych. Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnie informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców. Ze spotkania powinien zostać sporządzony protokół podpisywany przez przedstawiciela LGD oraz przedstawiciela/i ww. grup docelowych działań komunikacyjnych z obszaru miasta. O terminie i miejscu spotkania powinien zostać powiadomiony ZW.

Wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego wraz z wartością:

- min. 1 zorganizowane spotkanie w każdej gminie w roku (dot. LSR wielofunduszowych – do oszacowania przez LGD w zależności od liczby gmin na terenie objętym LSR).
- min. 1 zorganizowane spotkanie na terenie miasta (dot. LSR monofunduszowych)

Planowany efekt działania komunikacyjnego:

- ilość osób uczestniczących w spotkaniu informacyjno-konsultacyjnym w każdej gminie (dot. LSR wielofunduszowych)². Minimalna wartość wskaźnika do określenia przez LGD w zależności od liczby gmin na obszarze objętym LSR.

— min. 1 osoba z każdej grupy docelowej działań komunikacyjnych (dot. LSR monofunduszowych).

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.

Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych wraz z wartością:

— min. 1 szkolenie/część szkolenia³ dot. każdego ogłoszonego konkursu

Planowany efekt działania komunikacyjnego:

— ilość 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. Minimalna wartość wskaźnika do określenia przez LGD.

7. Funkcjonowanie strony internetowej LGD zgodnie ze stworzonym i przekazanym przez ZW interfejsem (layout) oraz bieżąca jej aktualizacja w ramach której:

— 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.

— do ostatniego dnia czerwca każdego roku realizacji LSR zamieszczone zostanie roczne sprawozdanie z wdrażania LSR za poprzedni rok zawierające następujące informacje:

1) Stan wdrażania LSR:

- Lista projektów, które uzyskały wsparcie z budżetu LSR (podać wnioskodawcę, tytuł projektu, kwotę wsparcia, a w przypadku EFS+ miejsce realizacji projektu).
- Informacja o przeprowadzonych przez LGD szkoleniach, spotkaniach informacyjnych, konsultacjach i doradztwie w związku z przeprowadzonymi naborami.

- 2) 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.

Wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego wraz z wartościami:

- 1 aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD

Planowany efekt działania komunikacyjnego:

³ W przypadku organizacji szkolenia obejmującego swoim zakresem więcej niż 1 konkurs.

- ilość odsłon/wyświetleń strony w ciągu roku (minimalna wartość wskaźnika do określenia przez LGD).

8. Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych LGD przy użyciu co najmniej 1 z mediów społecznościowych np. YouTube, Facebook, Instagram.

Wskaźnik realizacji działania komunikacyjnego:

— 1 kanał społecznościowy prowadzony przez LGD np. YouTube, Facebook, Instagram.

Planowany efekt działania komunikacyjnego:

— min. 4 różne aktywności w każdym miesiącu.

9. Informowanie ZW/wskazanej organizacji/instytucji 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 .

4. Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań

Zakładane wskaźniki w oparciu o planowany budżet działań komunikacyjnych (finansowanych w ramach Zarządzania LSR) - LGD powinna opisać zakładane wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych, za których osiągnięcie może ponosić pełną odpowiedzialność (np. w przypadku kampanii informacyjnych, LGD może zobowiązać się do zamieszczania np. 3 artykułów w prasie lokalnej i 2 na stronach internetowych, w przypadku organizacji spotkań tematycznych do zorganizowania np. 2 spotkań i zaproszenia np. 50 osób na każde spotkanie oraz do przedstawienia prezentacji na dany temat, itp.). Koszty sfinansowania poszczególnych elementów planu komunikacji muszą zostać oszacowane oraz uwzględnione w budżecie LSR (...). Okres realizacji planu komunikacji przypadnie na lata 2023-2029, stąd wskazane jest planowanie uruchamiania poszczególnych działań komunikacyjnych w okresach półrocznych lub rocznych.

Wskaźniki działań komunikacyjnych wraz z minimalnymi wartościami oraz planowane efekty działań komunikacyjnych wskazanych w standardzie minimum zostały określone w ramach poszczególnych środków przekazu.

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

LGD powinna przewidzieć cykliczne badanie stosowanych środków przekazu i zaproponowanych działań komunikacyjnych pod kątem osiągnięcia planowanych efektów, a także racjonalnego wykorzystania budżetu planu komunikacji. W przypadku gdy efekty te są niezadowalające LGD powinna wskazać sposób skorygowania planu komunikacji np. przeprowadzona kampania informacyjna nie przełożyła się na oczekiwany wzrost liczby

wnioskodawców. LGD w planie komunikacji powinna przewidzieć odrębne działania mające na celu pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR. Dodatkowo takie informacje powinny być zbierane podczas działań informacyjnych o zasadach realizacji LSR skierowanych do potencjalnych wnioskodawców. Pozyskane w ten sposób informacje powinny być wykorzystane np. do aktualizacji LSR, procedur czy też zmiany sposobu funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy biura. Należy również opisać, jakie działania zostaną podjęte przez LGD w sytuacji zaistnienia istotnych problemów z wdrażaniem LSR, a także potencjalnego pojawienia się braku akceptacji społecznej np. metod wdrażania LSR albo konkretnych działań podejmowanych przez LGD lub konieczności przeprowadzenia „rewizji” pewnych zamierzeń i planów LGD, których realizacja będzie dawała szansę na przywrócenie społecznego poparcia. W tej części należy także opisać sposoby upubliczniania wyników działań w ramach planu komunikacji oraz sposobów ich wykorzystania na dalszych etapach realizacji LSR.

6. Całkowity budżet przewidziany na działania komunikacyjne w okresie realizacji LSR.

LGD powinno wskazać szacowany budżet działań komunikacyjnych z lokalną społecznością w okresie realizacji LSR.