

**HARMONOGRAM PLANU KOMUNIKACJI Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ
STOWARZYSZENIA LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA INOWROCŁAW
- 2024 –
aktualizacja marzec 2024 r.**

Termin	Nazwa działania komunikacyjnego	Opis działania komunikacyjnego (cel)	Grupa docelowa (adresaci działania komunikacyjnego)	Środki przekazu (dostosowanie do potrzeb i specyfiki każdej z grup docelowych)	Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych wraz z wartościami	Planowane efekty działań komunikacyjnych
II połowa 2024	Kampania informacyjna nt. zasad i możliwości przyznawania pomocy na ogłaszane konkursy	Rozpowszechnianie informacji o harmonogramie ogłaszania konkursów, o konkursach, o zasadach przyznawania pomocy oraz o wynikach wyboru operacji przez LGD.	Podmioty wskazane w grupach docelowych standardu minimum, tj. -) lokalnymi liderami m.in. zarządy osiedli/ -) radnymi rady miejskiej, -) radnymi województwa; -) instytucjami kulturalnymi i/lub edukacyjnymi mającymi siedzibę na obszarze LSR; -) organizacjami pozarządowymi mającymi siedzibę na terenie objętym LSR; -) instytucjami	-) Strona Internetowa Stowarzyszenia. Funkcjonowanie strony będzie zgodne ze stworzonym i przekazanym przez ZW interfejsem (layout). Strona będzie na bieżąco aktualizowana. Prowadzenie w sposób czytelny i przejrzysty strony internetowej, gdzie zostanie zapewniony dostęp do informacji o: -) aktualnym harmonogramie naborów; -) treści ogłoszenia o naborze; -) wynikach	min. 1 aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD	minimum 2000 odsłon/ wyświetleń strony w ciągu roku

			działającymi na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej; -) mieszkańcami obszaru LSR; -) przedsiębiorcami mającymi siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR; -) grupy w niekorzystnej sytuacji objęte wsparciem w ramach LSR.	przeprowadzonych konkursów; -) wszystkich zrealizowanych projektach w zakresie LSR w ramach EFS+ wraz z realizacją zdjęciową; -) Informacja o przeprowadzonych przez LGD szkoleniach, spotkaniach informacyjnych, konsultacjach i doradztwie w związku z przeprowadzonymi naborami; -) Informacje o prowadzonych przez LGD działaniach animacyjnych. Do ostatniego dnia czerwca każdego roku realizacji LSR zamieszczone zostanie na stronie roczne sprawozdanie z wdrażania LSR za poprzedni rok.		
			-) Portale społecznościowe np. Facebook, YouTube, Instagram, TikTok.	min. 1 kanał społecznościowy prowadzony przez LGD	minimum 4 aktywności w miesiącu	

				Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych LGD przy użyciu mediów społecznościowych		
				-) Stworzenie (lub prowadzenie) bazy mailowej lokalnych liderów m.in. radnych gminy, powiatu, województwa, instytucji kulturalnych i/lub edukacyjnych mających siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotek, domów kultury, teatrów, szkół, UTW itp. W celu informowania drogą mailową o konkursach, konsultacjach społecznych i wydarzeniach organizowanych przez LGD. LGD dokona najwyższej staranności aby stworzyć bazę e-mail grup docelowych, w szczególności lokalnych liderów z obszaru LSR.	min. 1 baza mailowa	minimum 5 osób/podmiotów/adresów zapisanych do bazy mailowej
				-) Newsletter Utworzenie i obsługa bazy mailowej oraz dodanie newslettera do strony internetowej LGD. LGD dokona najwyższej staranności aby stworzyć bazę e-mail grup docelowych, w szczególności lokalnych liderów z obszaru LSR.	min. 4 wydania Newslettera w roku	minimum 10 osób/podmiotów/adresów zapisanych do newslettera

				-) Ogłoszenia w lokalnych mediach	Liczba artykułów i emisji w mediach – artykuły w prasie/portalach lokalnych – 2; emisja w radio – 2 emisji	średnio 4 emisje w ciągu roku
				-) Organizacja otwartego spotkania informacyjno-konsultacyjnego na terenie miasta z przedstawicielami grup docelowych działań komunikacyjnych (w szczególności przedstawicielami Rad osiedli/okręgów uczestniczącymi w spotkaniach osiedlowych/okręgowych) . Punktem wyjścia do spotkania otwartego będą w miarę możliwości wcześniejsze spotkania osiedlowe/okręgowe, o zorganizowanie których poproszone zostaną przez Zarząd Województwa lokalne samorządy. LGD są zobligowane uczestniczyć w przedmiotowych spotkaniach na zaproszenie zainteresowanych Rad Osiedla/Okręgu. LGD przygotowuje również	min. 1 spotkanie na terenie miasta w roku (w 2024 roku odbędą się 2 spotkania)	minimum 15 uczestników podczas jednego spotkania

				materiały informacyjne na spotkania osiedlowe/okręgowe oraz spotkanie na terenie miasta zawierające w szczególności opis zakresów wsparcia przewidywanych w LSR oraz informację o planowanych terminach konkursów. Każdorazowo podczas spotkań omówione zostaną zarówno możliwości uzyskania dofinansowania, jak również zidentyfikowane pomysły, które będzie można zrealizować w ramach konkursów ogłoszonych przez LGD. Przedmiotem konsultacji będzie także sposób premiowania projektów w ramach konkursów ogłaszanych przez LGD. O terminie i miejscu spotkania zostanie powiadomiony ZW. Ze spotkania na terenie miasta sporządzony zostanie przez LGD raport zawierający zgłoszone przez uczestników pomysły i potrzeby		
--	--	--	--	--	--	--

				mogące zostać sfinalizowane w ramach LSR oraz ewentualne rekomendacje. Raport zostanie przekazany przez LGD do Wydziału Koordynacji RLKS. Akceptacja przez ZW warunkuje możliwość ogłoszenia konkursów przez LGD. W proces akceptacji raportu będą również zaangażowane DW FEdKP i DZ FEdKP.		
				-) Organizacja otwartego wydarzenia (np. festynu, konferencji, rajdu rowerowego, konkursu kulinarnego, spływu kajakowego itp.) dla społeczności z obszaru objętego LSR, podczas którego LGD m.in. przedstawi swoje dotychczasowe działania oraz wsparcie, którego udzieliło, jak również poinformuje o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów. Dopuszczalna jest współorganizacja takiego działania w ramach wydarzeń o zasięgu ogólnomiejskim. W takim przypadku konieczne będzie	min. 1 wydarzenie w roku	minimum 150 uczestników podczas jednego wydarzenia

				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.		
				-) Organizacja spotkania informacyjnego-konsultacyjnego online (np. za pomocą aplikacji ZOOM, Microsoft Teams, Google Meet) lub stacjonarnego z możliwością wzięcia udziału online. Podczas spotkania LGD przedstawi	min. 1 spotkanie w roku	minimum 10 uczestników podczas jednego spotkania

				roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnię informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców. Ze spotkania zostanie sporządzony protokół podpisywany przez przedstawiciela LGD oraz przedstawiciela/i ww. grup docelowych działań komunikacyjnych z obszaru miasta. O terminie i miejscu spotkania zostanie powiadomiony ZW.		
				-) 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.	min. 1 szkolenie dot. każdego ogłaszanego konkursu	minimum 10 przeszkolonych osób
				-) Bezpłatne doradztwo udzielane przez pracowników biura LGD w zakresie informacji o działalności LGD	Ilość udzielonych konsultacji - 20	20 kart udzielonego doradztwa

I połowa 2024 II połowa 2024	Kampania informacyjna nt. głównych działań LGD	Rozpowszechnianie informacji o funkcjonowaniu i działalności LGD.	Podmioty wskazane w grupach docelowych standardu minimum, tj. -) lokalnymi liderami m.in. zarządy osiedli/ rady osiedli, -) radnymi rady miejskiej, -) radnymi województwa; -) instytucjami kulturalnymi i/lub edukacyjnymi mającymi siedzibę na obszarze LSR; -) organizacjami pozarządowymi mającymi siedzibę na terenie objętym LSR; -) instytucjami działającymi na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej; -) mieszkańcami obszaru LSR; -) przedsiębiorcami mającymi siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR; -) grupy w niekorzystnej sytuacji	-) Strona Internetowa Stowarzyszenia. Funkcjonowanie strony będzie zgodne ze stworzonym i przekazanym przez ZW interfejsem (layout). Strona będzie na bieżąco aktualizowana. Prowadzenie w sposób czytelny i przejrzysty strony internetowej, gdzie zostanie zapewniony dostęp do informacji o: -) aktualnym harmonogramie naborów; -) treści ogłoszenia o naborze; -) wynikach przeprowadzonych konkursów; -) wszystkich zrealizowanych projektach w zakresie LSR w ramach EFS+ wraz z realizacją zdjęciową; -) Informacja o przeprowadzonych przez LGD szkoleniach, spotkaniach	min. 1 aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD	minimum 2000 odsłon/ wyświetleń strony w ciągu roku
---------------------------------	--	---	--	--	--	---

			objęte wsparciem w ramach LSR.	informacyjnych, konsultacjach i doradztwie w związku z przeprowadzonymi naborami; -) Informacje o prowadzonych przez LGD działaniach animacyjnych. Do ostatniego dnia czerwca każdego roku realizacji LSR zamieszczone zostanie na stronie roczne sprawozdanie z wdrażania LSR za poprzedni rok.		
				-) Portale społecznościowe np. Facebook, YouTube, Instagram, TikTok. Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych LGD przy użyciu mediów społecznościowych	min. 1 kanał społecznościowy prowadzony przez LGD	minimum 4 aktywności w miesiącu
				-) Stworzenie (lub prowadzenie) bazy mailowej lokalnych liderów m.in. radnych gminy, powiatu, województwa, instytucji kulturalnych i/lub edukacyjnych mających	min. 1 baza mailowa	minimum 5 osób/podmiotów/adresów zapisanych do bazy mailowej

				siedzibę na obszarze LSR m.in. bibliotek, domów kultury, teatrów, szkół, UTW itp. W celu informowania drogą mailową o konkursach, konsultacjach społecznych i wydarzeniach organizowanych przez LGD. LGD dokona najwyższej staranności aby stworzyć bazę e-mail grup docelowych, w szczególności lokalnych liderów z obszaru LSR.		
				-) Newsletter Utworzenie i obsługa bazy mailowej oraz dodanie newslettera do strony internetowej LGD. LGD dokona najwyższej staranności aby stworzyć bazę e-mail grup docelowych, w szczególności lokalnych liderów z obszaru LSR.	min. 4 wydania Newslettera w roku	minimum 10 osób/podmiotów/adresów zapisanych do newslettera
				-) Kampania informacyjna – ulotki/plakaty	Liczba rozprowadzonych ulotek/plakatów – 100 (średnio 100/rok)	100 odbiorców
				-) Organizacja otwartego wydarzenia (np. festynu, konferencji, rajdu rowerowego, konkursu kulinarnego, spływu kajakowego itp.) dla społeczności z obszaru objętego LSR,	min. 1 wydarzenie w roku	minimum 150 uczestników podczas jednego wydarzenia

				podczas którego LGD m.in. przedstawi swoje dotychczasowe działania oraz wsparcie, którego udzieliło, jak również poinformuje o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów. 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.		
			-) Organizacja spotkania informacyjnego-konsultacyjnego online (np. za pomocą aplikacji ZOOM, Microsoft Teams, Google Meet) lub stacjonarnego z możliwością wzięcia udziału online. Podczas spotkania LGD przedstawi roczny harmonogram ogłaszania konkursów, poinformuje o zasadach ich przeprowadzenia oraz zasięgnie informacji o potrzebach i oczekiwaniach mieszkańców. Ze spotkania zostanie sporządzony protokół podpisywany przez przedstawiciela LGD oraz przedstawiciela/i ww. grup	min. 1 spotkanie w roku	minimum 10 uczestników podczas jednego spotkania

				docelowych działań komunikacyjnych z obszaru miasta. O terminie i miejscu spotkania zostanie powiadomiony ZW.		
I połowa 2024 II połowa 2024	Kampania informacyjna nt. realizacji Lokalnej Strategii Rozwoju	Rozpowszechnianie informacji o postępach we wdrażaniu LSR.	Podmioty wskazane w grupach docelowych standardu minimum, tj. -) lokalnymi liderami m.in. zarządy osiedli/ rady osiedli, -) radnymi rady miejskiej, -) radnymi województwa; -) instytucjami kulturalnymi i/lub edukacyjnymi mającymi siedzibę na obszarze LSR; -) organizacjami pozarządowymi mającymi siedzibę na terenie objętym LSR; -) instytucjami działającymi na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej; -) mieszkańcami obszaru LSR;	-) Strona Internetowa Stowarzyszenia. Funkcjonowanie strony będzie zgodne ze stworzonym i przekazanym przez ZW interfejsem (layout). Strona będzie na bieżąco aktualizowana. Prowadzenie w sposób czytelny i przejrzysty strony internetowej, gdzie zostanie zapewniony dostęp do informacji o: -) aktualnym harmonogramie naborów; -) treści ogłoszenia o naborze; -) wynikach przeprowadzonych konkursów; -) wszystkich zrealizowanych projektach w zakresie	min. 1 aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD	minimum 2000 odston/ wyświetleń strony w ciągu roku

			-) przedsiębiorcami mającymi siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR; -) grupy w niekorzystnej sytuacji objęte wsparciem w ramach LSR.	LSR w ramach EFS+ wraz z realizacją zdjęciową; -) Informacja o przeprowadzonych przez LGD szkoleniach, spotkaniach informacyjnych, konsultacjach i doradztwie w związku z przeprowadzonymi naborami; -) Informacje o prowadzonych przez LGD działaniach animacyjnych. Do ostatniego dnia czerwca każdego roku realizacji LSR zamieszczone zostanie na stronie roczne sprawozdanie z wdrażania LSR za poprzedni rok.		
			-) Portale społecznościowe np. Facebook, YouTube, Instagram, TikTok. Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych LGD przy użyciu mediów społecznościowych	min. 1 kanał społecznościowy prowadzony przez LGD	minimum 4 aktywności w miesiącu	

				-) Organizacja otwartego wydarzenia (np. festynu, konferencji, rajdu rowerowego, konkursu kulinarnego, spływu kajakowego itp.) dla społeczności z obszaru objętego LSR, podczas którego LGD m.in. przedstawi swoje dotychczasowe działania oraz wsparcie, którego udzieliło, jak również poinformuje o rocznym harmonogramie ogłaszania konkursów. 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	min. 1 wydarzenie w roku	minimum 150 uczestników podczas jednego wydarzenia
--	--	--	--	---	--------------------------	--

				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.		
				-) Warsztat refleksyjny	min. 1 spotkanie w roku	minimum 6 uczestników podczas jednego warsztatu

*LGD zobowiązuje się do informowania ZW z co najmniej 14-dniowym wyprzedzeniem o wszystkich zaplanowanych przez LGD aktywnościach/wydarzeniach na terenie objętym LSR.

Głównym celem planu komunikacji jest zapewnienie sprawnej i otwartej komunikacji pomiędzy LGD i mieszkańcami oraz podmiotami działającymi na obszarze objętym LSR, a także zapewnienie aktywnego uczestnictwa mieszkańców w procesie realizacji LSR oraz gwarancja odpowiedniej ilości i jakości projektów zgłaszanych do LGD. Wszystkie działania komunikacyjne mają wzbudzić zainteresowanie i zwiększyć świadomość lokalnej społeczności działalnością LGD oraz projektów realizowanych ze środków LSR, jak również zmotywować potencjalnych beneficjentów do składania własnych wniosków.

Wszelkie działania uwzględnione w planie komunikacji będą realizowane z uwzględnieniem zasad horyzontalnych określonych w art. 9 rozporządzenia 2021/1060,

w tym: poszanowanie praw podstawowych oraz przestrzeganie Karty praw podstawowych Unii Europejskiej, zasady równości kobiet i mężczyzn; zasady równości szans i niedyskryminacji ze względu na płeć, rasę lub pochodzenie etniczne, religię lub światopogląd, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną, w tym zasadę dostępności dla osób z niepełnosprawnościami; zgodności działań z celem wspierania zrównoważonego rozwoju określonego w art. 11 TFUE, oraz z uwzględnieniem celów ONZ dotyczących zrównoważonego rozwoju, a także porozumienia paryskiego i zasady „nie czynić poważnych szkód”.

Dodatkowo podczas organizacji spotkań i wydarzeń, a także niezbędnych w celu sprawnej komunikacji stosowanych narzędzi będzie brane pod uwagę dostosowanie ich do zróżnicowanych potrzeb odbiorców tak, aby zakres działań był otwarty jak tylko to możliwe, nie wykluczając żadnej grupy społecznej, np. młodzieży i osób starszych, którzy mogą mieć problem z podróżowaniem, lub osób z ograniczeniem czasowym np. młodych rodziców. Podczas realizacji działań komunikacyjnych będzie także brane pod uwagę dostosowanie miejsca oraz czasu do potrzeb odbiorców tych działań np. osób z niepełnosprawnościami i osób pracujących oraz osób wychowujących dzieci.

Plan Komunikacji uwzględnia realizację obowiązków komunikacyjnych wynikających z art.50 ust.1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji zawartych w Standardzie minimum do planu komunikacji z lokalną społecznością dla Województwa Kujawsko-Pomorskiego, a także jest zgodny z księgą wizualizacji w zakresie PS WPR.

W ramach Planu Komunikacji, LGD będzie uwzględniać innowacyjność w sposobie animowania lokalnej społeczności.

Łącznie planowane wydatki na realizację Planu Komunikacji w latach 2023-2029 wynoszą 309 632,22 EUR. **W ramach działań zaplanowanych na 2024 rok planowane wydatki oszacowano na poziomie 51 605,37 EUR.**

W ramach realizacji planu Komunikacji ponoszone będą wydatki związane z działaniami animacyjnymi oraz promocyjno-informacyjnymi.