

Plan komunikacji

LGD „Partnerstwo Północnej Warmii i Wysoczyzny Elbląskiej”

na lata 2024-2029

Jednym z aspektów wartości dodanej, możliwej do osiągnięcia w wyniku zastosowania RLKS na obszarze LGD „Partnerstwo Północnej Warmii i Wysoczyzny Elbląskiej”, jest systematyczne rozwijanie potencjału społeczności lokalnych do świadomego osiągania celów strategii. Można to uzyskać poprzez tworzenie warunków do aktywnego, ciągłego i szeroko rozumianego uczestnictwa społeczności lokalnych w jej bieżącym wdrażaniu oraz kreowanie lokalnych liderów wywodzących się z mieszkańców, którzy dzięki swojemu zaangażowaniu i prowadzonej działalności zawodowej mogą przyczyniać się do rozwoju całego obszaru i osiągania założonych celów. Dotychczasowe doświadczenia podejścia LEADER wskazują, iż bieżące włączanie społeczności lokalnych w realizację strategii może przynosić nie tylko efekty edukacyjne, ale także znacząco polepszać jakość operacji zgłaszanych do LGD przez wnioskodawców (dotyczy to zarówno operacji indywidualnych, przynoszących korzyści głównie poszczególnym beneficjentom z obszaru działań LGD, jak i przedsięwzięć wspólnych, wzmacniających powiązania partnerskie, niosących potencjalnie większą wartość dodaną).

Warunkiem skutecznego zaangażowania społeczności lokalnej w realizację LSR jest skuteczna komunikacja. Dlatego już na etapie tworzenia Lokalnej Strategii Rozwoju założono plan komunikacji, który w swej treści określa cele działań komunikacyjnych i środków przekazu (narzędzi) używanych do przekazywania informacji (komunikatów) na linii LGD - społeczności lokalne, które używane będą na poszczególnych etapach wdrażania LSR.

Dlatego w trakcie konsultacji społecznych prowadzonych przez LGD położono szczególny nacisk na aspekty związane z komunikacją, z czego jasno wynika, że głównymi celami przedmiotowego planu komunikacji powinny być zarówno bieżące informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, bieżące informowanie o stanie realizacji LSR, w tym o stopniu osiągania celów i wskaźników, oraz promocja dobrych praktyk.

W realizacji powyższych celów wykorzystane zostaną następujące środki komunikacji: kampanie informacyjne i promocyjne z użyciem dostępnych mediów lokalnych, szkolenia,

warsztaty tematyczne, badania satysfakcji, imprezy tematyczne promujące region i produkty lokalne, materiały promocyjne, portale społecznościowe.

Natomiast adresatami powyższych działań komunikacyjnych będą: sformalizowane grupy społeczne, m.in. KGW i OSP oraz inne organizacje pozarządowe; potencjalni inwestorzy, podmioty sektora publicznego, wytwórcy produktów lokalnych, inne podmioty gospodarcze zajmujące się produkcją lokalną i usługową oraz grupy osób w niekorzystnej sytuacji.

W ramach przedmiotowego Planu komunikacji założono następujące wskaźniki realizujące założone cele komunikacji, poprzez które zostaną osiągnięte docelowe efekty działań komunikacyjnych:

- Przeprowadzenie min. 7 Kampanii informacyjno- promocyjnych
- Zamieszczenie min. 7 artykułów w prasie lokalnej, w tym internetowej;
- Zorganizowanie min. 7 spotkań informacyjno-promocyjnych dotyczących problematyki PS WPR;
- Bieżąca aktualizacja strony internetowej LGD;
- Bieżąca aktualizacja profilu społecznościowego;
- Opracowanie, wydanie i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych: foldery informacyjno-promocyjne – min.1000 szt, plakaty – min. 500 szt., gadżety promocyjne – min. 1000 szt.
- Współpraca z Powiatowymi Urzędami Pracy w Braniewie i Elblągu, Centrum Integracji Społecznej w Braniewie, Ośrodkami Pomocy Społecznej, Warsztatami Terapii Zajęciowej zlokalizowanymi na naszym obszarze. Współpraca z w/w podmiotami będzie dotyczyć szczególnie osób z grup w niekorzystnej sytuacji określonych w LSR.

Docelowe efekty działań komunikacyjnych:

- wzrost liczby przedsiębiorstw gospodarczych, w tym rozwoju pozarolniczych funkcji gospodarstw rolnych; rozwój już istniejących przedsiębiorstw; zwiększenie poziomu zatrudnienia;
- aktywizacja społeczności lokalnej w podejmowaniu przedsięwzięć; zwiększenie umiejętności przygotowania wniosków aplikacyjnych; zwiększenie współpracy i integracji społeczności lokalnych, włączenie społeczne grup w niekorzystnej sytuacji;

- lepsze wykorzystanie obiektów użyteczności publicznej;
- zwiększenie liczby podmiotów zaangażowanych w życie społeczne; organizacja wspólnych przedsięwzięć związanych z edukacją i promocją obszaru LGD;

Analiza efektywności zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu

Przedstawione wyżej działania komunikacyjne oraz wykorzystywane w tym celu środki przekazu, podlegać będą cyklicznym badaniom efektów, jakie przynoszą i porównywaniu ich z zakładanymi rezultatami. Jeśli w wyniku monitoringu lub ewaluacji stwierdzi się brak skuteczności któregoś z założonych działań komunikacyjnych, zostanie zastosowana aktualizacja, która polegać będzie na modyfikacji dotychczasowych praktyk komunikacyjnych i ich udoskonaleniu lub wprowadzeniu innych, które w ocenie LGD będą bardziej odpowiednie w drodze do osiągnięcia założonego celu. Każde bowiem działanie posiada atuty, ale czasami nosi pewną dozę ryzyka. Na obecnym etapie trudno jest przewidzieć zakres takiego ryzyka, szczególnie, jeśli spowodowane będzie barierami zewnętrznymi.

W planie komunikacji ujęto wiele działań komunikacyjnych, skierowanych do różnych grup docelowych, mających różne cele odpowiadające celom nakreślonym w LSR i mających przynieść różne efekty. Z analizy obszaru oraz przeprowadzonych konsultacji społecznych z mieszkańcami zdefiniowano następujące grupy docelowe, w stosunku do których określono sposób dotarcia oraz rodzaje operacji, które będą im dedykowane: jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy i rolnicy, mieszkańcy oraz grupy w niekorzystnej sytuacji.

Dobre metody, techniki, środki i narzędzia przekazu informacji, a także doświadczenie i wysoki poziom umiejętności komunikacji interpersonalnej i merytorycznej pracowników biura LGD powinny przynieść planowane efekty. LGD planuje, że uzyska wsparcie w tym zakresie od wielu osób będących członkami LGD, pełniącymi wielorakie funkcje społeczne i organizacyjne, a przede wszystkim będącymi liderami społecznymi i aktywnymi uczestnikami procesów wdrażania poprzedniego LSR.

Szczegółowy opis zaplanowanych działań komunikacyjnych wraz z podziałem na poszczególne lata zawiera załączona tabela: