

Z uwagi na zdiagnozowaną słabszą pozycję kobiet w życiu gospodarczym i publicznym na obszarze LGD, zakładane są działania mające na celu wsparcie udziału tej grupy społecznej we wdrażaniu LSR, a także wdrażanie działań adresowanych w szczególności do kobiet. Wsparcie aktywności, zwiększenie samodzielności i szersze włączenie kobiet w życie lokalnej społeczności jest kluczowe dla rozwoju kapitału społecznego na obszarze LGD.

- zasada 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;

LGD – Stowarzyszenie „Unia Nadwarciańska” zastosuje narzędzia i mechanizmy gwarantujące praktyczne wdrażanie zasady niedyskryminacji ze względu na którekolwiek kryterium oraz zastosuje środki na rzecz zapewnienia dostępności wdrażanych w ramach LSR przedsięwzięć dla osób ze specjalnymi potrzebami w wymiarze architektonicznym, informacyjnym i cyfrowym.

- zgodność 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”.

Działania w ramach wdrażania LSR, choć nie koncentrują się i nie odnoszą bezpośrednio do celów DNSH, poprzez zastosowanie innowacyjnych rozwiązań i technologii cyfrowych, realizowane będą z poszanowaniem tych celów DNSH, w tym przede wszystkim takich jak: łagodzenie zmian klimatu, adaptacja do zmian klimatu, zapobieganie powstawaniu odpadów i recykling, zapobieganie i kontrola zanieczyszczeń powietrza, wody lub ziemi, ochrona i odbudowa bioróżnorodności i ekosystemów. Żadne z przedsięwzięć realizowanych w ramach wdrażania LSR nie będzie sprzeczne z celami DNSH.

Rozdział IV:

Analiza potrzeb i potencjału LSR

4.1 Analiza potrzeb rozwojowych i potencjałów obszaru wdrażania LSR wraz z uzasadnieniem

Diagnoza obszaru przestrzennego

Obszar działania LGD – Stowarzyszenia „Unia Nadwarciańska” obejmuje 9 gmin, w tym 8 gmin powiatu słupeckiego: miasta Słupcy, gminy Słupca, gminy Powidz, gminy Zagórów, gminy Ostrowite, gminy Strzałkowo, gminy Łądek, gminy Orchowo, oraz jednej gminy z terenu powiatu gnieźnieńskiego: gminy Witkowo.

Obszar LDG graniczy:

- od północy z powiatem mogileńskim (województwo kujawsko-pomorskie),
- od wschodu z powiatem konińskim,
- od południa z powiatem pleszewskim,
- od zachodu z powiatami wrzesińskim i pozostałą częścią powiatu gnieźnieńskiego.

Całkowita powierzchnia obszaru wynosi 1022 km², z czego 22 km² (2,15%) przypada na obszary miejskie, a 1000 km² (97,85%) na obszary wiejskie. Największymi gminami są Gmina Witkowo, Gmina Zagórów, Gmina Słupca oraz Gmina Strzałkowo zajmujące łącznie 61,74% całkowitej powierzchni obszaru LGD. Najmniejszą powierzchnię zajmuje Miasto Słupca (0,98%).

Tabela 2: Powierzchnia gmin obszaru LGD – Stowarzyszenia „Unia Nadwarciańska”

Gmina	Powierzchnia w km ²	% powierzchni obszaru LGD
Witkowo	184	18,00%
Słupca (miasto)	10	0,98%
Łądek	99	9,69%
Orchowo	98	9,59%
Ostrowite	103	10,08%
Powidz	81	7,93%
Słupca	145	14,19%
Strzałkowo	142	13,89%
Zagórów	160	15,66%
Razem	1 022	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Banku Danych Lokalnych GUS

Obszar LSR położony w północno-wschodniej części województwa wielkopolskiego. Na jego obszarze zlokalizowane są 269 miejscowości, w tym trzy miasta (Słupca, Zagórów, Witkowo). Jest to obszar graniczny województwa wielkopolskiego – od północy graniczy z powiatem mogileńskim (województwo kujawsko-pomorskie). W przypadku obszaru LGD – Stowarzyszenia „Unia Nadwarciańska” zachowana jest spójność przestrzenna: wszystkie gminy graniczą ze sobą bezpośrednio (bezpośrednie sąsiedztwo lub sąsiedztwo dalsze – poprzez innego członka LGD).

Gminy obszaru LGD różnią się między sobą pod względem funkcji w strukturze osiedleńczej kraju. Przynależą do 6(8) różnych grup porównawczych. Grupy porównawcze to gminy o podobnej funkcji w strukturze osiedleńczej kraju, to znaczy takie, na których występują podobne uwarunkowania rozwojowe. Są pewnego rodzaju „punktem odniesienia”, na tle którego można ukazać sytuację w badanych samorządach. Klasyfikacja do poszczególnych grup opiera się na analizach profesorów P. Śleszyńskiego i T. Komornickiego. Na podział zaproponowany przez ekspertów IGiPZ PAN nałożono siatkę podziału gmin na poszczególne ich typy (miasta na prawach powiatów, gminy miejskie, gminy miejsko wiejskie, gminy wiejskie). Tym samym powstały 24 grupy porównawcze, o liczebności od 9 jednostek (grupa J2) do 484 jednostek (grupa I4). Gminy wchodzące w skład LGD – Stowarzyszenia „Unia Nadwarciańska” zostały zakwalifikowane do następujących grup:

Tabela 3: Gminy obszaru LGD - Stowarzyszenie „Unia Nadwarciańska” w podziale na grupy funkcjonalne

Gmina	Symbol grupy funkcjonalnej	Nazwa grupy funkcjonalnej
Witkowo	G3	Gminy miejsko-wiejskie o rozwiniętych funkcjach pozarolniczych
Słupca (miasto)	E2	Miasta – ośrodki wielofunkcyjne
Lądek	I4	Gminy wiejskie z umiarkowanie rozwiniętą funkcją rolniczą
Orchowo	J4	Gminy wiejskie ekstensywnie zagospodarowane (funkcje leśne, ochrony przyrody)
Ostrowite	G4	Gminy wiejskie o innych rozwiniętych funkcjach pozarolniczych (turystyka oraz funkcje wielkopowierzchniowe, w tym przemysł wydobywczy)
Powidz	G4	Gminy wiejskie o innych rozwiniętych funkcjach pozarolniczych (turystyka oraz funkcje wielkopowierzchniowe, w tym przemysł wydobywczy)
Słupca	F4	Gminy wiejskie z rozwiniętą funkcją transportową
Strzałkowo	H4	Gminy wiejskie z intensywnie rozwiniętą funkcją rolniczą
Zagórów	H3	Gminy miejsko-wiejskie z intensywnie rozwiniętą funkcją rolniczą

Opracowanie własne na podstawie danych Monitora Rozwoju Lokalnego

Klasyfikacja gmin polskich została opracowana w 2013 r. na potrzeby planowania przestrzennego w gminach, wykorzystuje ona metodę dedukcyjno-indukcyjną, a pod względem identyfikacji szczegółowych kryteriów – tzw. typologię funkcjonalną na potrzeby monitoringu planowania przestrzennego w skali lokalnej. Głównym celem klasyfikacji dowolnego zbioru jednostek przestrzennych jest takie ich uporządkowanie, które pozwala na uchwycenie właściwości różnego typu – morfologicznych, strukturalnych, funkcjonalnych, genetycznych, itd. Celem klasyfikacji jest zatem nie tylko opis systematyzujący, ale pośrednio również zaproponowanie narzędzia do efektywniejszego wyjaśniania przyczynowo skutkowych procesów rozwojowych.¹ Zaprezentowane powyżej zróżnicowanie gmin ze względu na ich funkcję w strukturze osiedleńczej kraju przekłada się też na ich zróżnicowane możliwości kierunki rozwoju, także w ramach wdrażania LSR.

Przez powiat słupecki przebiegają ważne szlaki komunikacyjne o znaczeniu międzynarodowym: autostrada A2, droga krajowa nr 92 oraz magistrała kolejowa Berlin-Moskwa. Bezpośredni dojazd do autostrady A2 znajduje się w odległości 5,5 km od centrum Słupcy (węzeł Słupca). Autostrada pozwala na sprawny przejazd z gmin obszaru LGD do Poznania. Drugą najważniejszą arterią komunikacyjną na obszarze LSR jest droga krajowa nr 92,

¹ Źródło: Śleszyński P., Komornicki T., Klasyfikacja funkcjonalna gmin Polski na potrzeby monitoringu planowania przestrzennego, Przegląd Geograficzny, 2016, 88,4, s. 469-488, dostęp online: <https://rcin.org.pl/dlibra/show-content/publication/edition/61605?id=61605>.



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską



Plan komunikacji z lokalną społecznością – załącznik nr 7 do wniosku o wybór LSR

Systematyczne rozwijanie potencjału społeczności lokalnych do świadomego osiągnięcia celów strategii można uzyskać poprzez stworzenie warunków do ciągłego, systematycznego, aktywnego i szeroko rozumianego uczestnictwa społeczności lokalnych w bieżącym wdrażaniu LSR. Warunkiem skutecznego zaangażowania społeczności lokalnej w realizację LSR jest skuteczna (obustronna) komunikacja.

Zaplanowane działania komunikacyjne dotyczą wszystkich EFSI finansujących LSR [EFRROW, EFRR, EF5+].

1. Prezentacja głównych celów i przesłanek leżących u podstaw opracowania planu komunikacji

Głównym celem Planu Komunikacji z lokalną społecznością jest włączenie społeczności lokalnej we wdrażanie LSR, jak też rozpowszechnianie informacji o możliwościach wsparcia przewidzianych w Strategii wśród potencjalnych Beneficjentów, którzy będą mogli ubiegać się o przyznanie dotacji. Planowane działania mają wzbudzić zainteresowanie oraz zachęcić potencjalnych Beneficjentów do aplikowania o środki, zwiększając liczbę zrealizowanych inwestycji, a przez to wzmocnić konkurencyjność i atrakcyjność obszaru LGD S-UN.

Podczas spotkań konsultacyjnych w procesie opracowywania LSR wyniknęła konieczność zastosowania dodatkowego kanału komunikacji z członkami LGD, a przede wszystkim dotarcia z informacją o przygotowaniu i wdrażaniu LSR do innych niż członkowie osób. Coraz większe znaczenie w procesie informowania oraz zachęcania (pokazania możliwości i korzyści z zaangażowanie we wdrażanie LSR) mają media społecznościowe, pokazujące efekty: produkty i rezultaty realizowanych przedsięwzięć, a dodatkowo promujące aktywność społeczną i zaangażowanie w sprawy lokalnej społeczności. Media społecznościowe będą więc jednym z najważniejszych kanałów komunikacji w procesie wdrażania LSR – LGD Stowarzyszenia „Unia Nadwarciańska” będzie obserwować zmiany w mediach społecznościowych, pojawiające się nowe media oraz wykorzystywać wprowadzane przez nie nowe rozwiązania technologiczne w zakresie komunikacji.

Najważniejsze cele realizacji planu komunikacji:

- a) bieżące informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, w tym np. o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR.
- b) zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD.
- c) stworzenie spójnego, przejrzystego, jednolitego i pozytywnego wizerunku LGD.
- d) wzrost świadomości i wiedzy mieszkańców LGD na temat założeń LSR.
- e) informowanie i uzyskiwanie informacji zwrotnej o stanie realizacji LSR, w tym stopniu osiągnięcia celów, wskaźników oraz informowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, w tym kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR.
- f) uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny jakości doradztwa i działań promocyjno - informacyjnych świadczonych przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie.
- g) szerokie włączenie mieszkańców reprezentujących różne sektory i grupy interesów w proces wdrażania oraz monitoringu i ewaluacji LSR.
- h) szczególne uwzględnienie grup osób w niekorzystnej sytuacji – kobiet, oraz grup osób wykluczonych potrzebujących szczególnego wsparcia: organizacji pozarządowych, osób starszych oraz młodych ludzi

na obszarze LGD, przedsiębiorców oraz osób fizycznych chcących rozpocząć prowadzenie działalności gospodarczych w zakresie informowania i uzyskiwania informacji zwrotnej na temat wdrażania LSR i realizowanych operacji.

- i) promocja realizacji LSR i dobrych praktyk realizacji LSR.

Realizując poszczególne metody angażowania społeczności lokalnej Stowarzyszenie „Unia Nadwarciańska” będzie na bieżąco informować potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania **obowiązków komunikacyjnych** wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR.

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.

Działania komunikacyjne i środki przekazu

LGD – Stowarzyszenia „Unia Nadwarciańska” podejmie działania, żeby proces wdrażania LSR był otwarty na uczestników procesu przygotowania LSR, członków LGD – obecnych i nowych oraz wszelkie nowe podmioty, chcące przystąpić do realizacji przedsięwzięć mających na celu osiągnięcie celów określonych w LSR. W tym celu, poza opisanymi wyżej kanałami komunikacji, LGD zastosuje alternatywne kanały komunikacji oraz podejmie działania organizacyjne zapobiegające wykluczeniu którejkolwiek z grup społecznych, zwłaszcza osób z grup szczególnie wymagających wsparcia, wskazanych w badaniach społecznych oraz zdefiniowanych na etapie diagnozy:

- wykorzystanie w procesie komunikacji komunikatorów internetowych oraz szersze niż dotychczas wykorzystanie mediów społecznościowych (tradycyjne: Facebook, adresowane w szczególności do osób młodych: TikTok, oraz inne, powstałe i popularne w przyszłych latach wdrażania LSR), w tym tworzenie i zachęcanie do przyłączenia się do grup w mediach społecznościowych oraz aktywne wykorzystanie coraz nowocześniejszych narzędzi udostępnianych przez media społecznościowe (np. krótkie filmy instruktarzowe);
- organizacja spotkań informacyjnych oraz szkoleń w zakresie przygotowania projektów i aplikowania o środki w siedzibie LGD – SUN (budynek w pełni dostępny dla osób ze specjalnymi potrzebami) oraz w gminach na obszarze LGD – w budynkach spełniających wymagania w zakresie dostępności architektonicznej określonych w Ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami, w miejscowościach najlepiej skomunikowanych z pozostałymi miejscowościami;
- prowadzenie spotkań i szkoleń w formule on-line, w celu wyeliminowania negatywnych skutków wykluczenia transportowego;
- zastosowanie – podczas spotkań i szkoleń stacjonarnych oraz prowadzonych w formule on-line sposobów komunikacji oraz organizacji spotkań zgodnych z wymogami Ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (np. sposób przygotowania materiałów informacyjnych i szkoleniowych, sposób przygotowania sali szkoleniowej, sposób prezentacji treści omawianych podczas spotkań i inne);
- prowadzenie indywidualnych konsultacji: w formule stacjonarnej (w biurze projektu, a przy zdiagnozowanej potrzebie – w siedzibie lub miejscu wskazanym przez zainteresowany podmiot) i w formule on-line;
- w związku z dynamicznym postępem badań nad sztuczną inteligencją – wykorzystanie SI w procesie dotarcia z informacją i w wysiłkach na rzecz zachęcania potencjalnych beneficjentów i uczestników do zaangażowania we wdrażanie LSR.

- a) **Zakładane działania komunikacyjne to:** kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI, kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR, kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków, informowanie na temat warunków i sposobów realizacji rozliczania projektów, spotkania informacyjno – szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji, badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji.
- b) **Udział społeczności lokalnych oraz wyodrębnionych z niej grup interesariuszy w procesie komunikacji będzie szeroki i co do zasady otwarty.** Główną grupą docelową działań komunikacyjnych są beneficjenci i potencjalni beneficjenci pomocy. Działania komunikacyjne są sprofilowane zgodnie z ich potrzebami i są wynikiem ustaleń i wniosków ze społecznych konsultacji. Naczelną zasadą komunikacji jest przekazywanie im w odpowiednim czasie, z odpowiednim wyprzedzeniem rzetelnej i wystarczającej informacji:
- potencjalni beneficjenci otrzymują pełną informację dającą dobre podstawy do podjęcia decyzji, co do udziału w konkursach, w tym informacje dotyczące kryteriów wyboru projektów oraz informacje o zobowiązaniach wynikających z podpisania umowy dotacyjnej;
 - w trakcie realizacji projektu beneficjenci otrzymują kompleksową informację pozwalającą im na sprostanie wymaganiom realizacji projektu oraz informację na temat ewentualnych zmian, jeśli takie zmiany mają miejsce.

W poszczególnych działaniach komunikacyjnych wskazano zdefiniowanych adresatów tych działań:

- kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, **w tym także zdiagnozowane w LSR grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jsfp**
 - kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR - potencjalni wnioskodawcy; w szczególności jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, **w tym także zdiagnozowane w LSR grupy osób w niekorzystnej sytuacji;**
 - kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków - potencjalni wnioskodawcy – w zależności od naboru: jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, **w tym także zdiagnozowane w LSR grupy osób w niekorzystnej sytuacji;**
 - informowanie na temat warunków i sposobów realizacji rozliczania projektów - Beneficjenci oraz wnioskodawcy: jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, **w tym także zdiagnozowane w LSR grupy osób w niekorzystnej sytuacji;**
 - spotkania informacyjno – szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jsfp, **w tym także zdiagnozowane w LSR grupy osób w niekorzystnej sytuacji;**
 - badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji - wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji: jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, **w tym także zdiagnozowane w LSR grupy osób w niekorzystnej sytuacji;**
- c) **Środki przekazu jakie zostaną użyte w ramach działań komunikacyjnych to:** strona internetowej LGD, portal społecznościowy - fanpage LGD, strona internetowa gmin członkowskich, media o zasięgu lokalnym, spotkania informacyjno-szkoleniowe, ankiety.

3. Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych

Zakładane wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych, za których LGD ponosić będzie pełną odpowiedzialność:

- a) **Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI:**
 - Artykuł zamieszczony na stronie LGD (ilość: 1), aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych.
- b) **Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR:**
 - Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych (ilość: 10 szt.),
 - Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 1 szt.).
- c) **Spotkania informacyjno – szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji:**
 - Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (ilość: 6 szt.), w tym minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wniosków.
- d) **Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów:**
 - Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart/ewidencji udzielonego doradztwa/Liczba szkoleń.
- e) **Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków:**
 - Artykuły na stronach internetowych (ilość: 10 szt.),
 - Informacje na portalach społecznościowych oraz mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 1 szt.).
- f) **Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji:**
 - Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów (ilość: 30 szt. ankiet zwrotnych od wnioskodawców i beneficjentów).
- g) **Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR:**
 - Artykuły na stronach internetowych (ilość: 10 szt.).
 - Informacja na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 1 szt.).

Koszty sfinansowania poszczególnych elementów planu komunikacji zostały oszacowane oraz uwzględnione w budżecie LGD w tabeli poniżej.

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

Zakłada się, że intensyfikacja przekazu dotyczącego praktycznych aspektów realizacji zapisów dokumentu przełoży się na zwiększenie zaangażowania społeczności lokalnej w działalność LGD, a tym samym pozytywnie wpłynie na jakość zgłaszanych operacji i wniosków. Planowane działania mają wzbudzić zainteresowanie oraz zachęcić potencjalnych beneficjentów do aplikowania o środki, zwiększając liczbę zrealizowanych inwestycji, a przez to wzmocnić konkurencyjność i atrakcyjność Lokalnej Grupy Działania. Celem działań komunikacyjnych jest ponadto utrwalenie i pogłębienie akceptacji i przychylności mieszkańców obszaru LGD dla realizacji LSR na lata 2023-2027. Podjęte założenia wynikają bezpośrednio z doświadczeń związanych z realizacją poprzedniej strategii (wyniki badań ewaluacyjnych), a także propozycji i uwag zgłaszanych przez uczestników otwartych spotkań informacyjno-konsultacyjnych. W toku analiz oraz dyskusji zidentyfikowano dotychczasowe problemy z komunikacją i promowaniem działalności LGD. Zaproponowany plan komunikacji ma za zadanie zlikwidować dotychczasowe niedostatki

komunikacyjne, a także zagwarantować dwustronność przekazu oraz umożliwić pozyskiwanie informacji zwrotnej od mieszkańców.

W przypadku stwierdzenia, że któreś z działań komunikacyjnych nie przynosi pożądaných efektów, przewiduje się zastosowanie planu naprawczego. Polegać on będzie na modyfikacji dotychczasowych praktyk komunikacyjnych lub zastąpieniu ich nowymi, które w ocenie LGD będą bardziej odpowiednie dla osiągnięcia wyznaczonych celów. **Przed wprowadzeniem każdej modyfikacji w ramach planu naprawczego przewiduje się zarówno informowanie odbiorców planu komunikacyjnego jak i zbieranie komunikatów zwrotnych.** W przypadku stwierdzenia niezadowolenia z metod wdrażania LSR oraz nieprzychylności wobec braku działań podejmowanych przez LGD konieczne będzie wdrożenie środków zaradczych. Przewiduje się wśród nich przede wszystkim: organizację spotkań przedstawicieli LGD z mieszkańcami i beneficjentami oraz przeprowadzenie badań ankietowych, a także przyjmowanie uwag bezpośrednio w biurze LGD. Po zebraniu opinii i wysłuchaniu uwag LGD będzie zobowiązana do odniesienia się do otrzymanych informacji zwrotnych, przygotowanie propozycji zmian zawartych w aktualizacji LSR oraz ponowne skonsultowanie ich ze społecznością lokalną za pomocą stron internetowych oraz portali społecznościowych, jak i konsultowanie propozycji z mieszkańcami, beneficjentami oraz adresatami działania komunikacyjnego (grupami docelowymi) – za pomocą ankiet.

5. **Indykatorywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne. ze wskazaniem głównych kategorii wydatków**

Oszacowano całkowity budżet prowadzonych działań komunikacyjnych, a tam gdzie to było możliwe wskazano główne kategorie wydatków. Planując budżet uwzględniono źródła finansowania ze wszystkich EFSI. W przypadku działań wspólnych ich koszt będzie ponoszony proporcjonalnie do udziału danego funduszu w budżecie przeznaczonym na wdrażanie LSR. W przypadku działań komunikacyjnych dotyczących poszczególnych EFSI (np. spotkanie informacyjne dotyczące danego naboru wniosków), źródłem ich finansowania będzie ten fundusz, którego dotyczy działanie.

Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Narzędzia i środki przekazu	Zakładane wskaźniki realizacji działania oraz efekty tych działań	Budżet – ze wskazaniem źródła finansowania	Badanie efektywności działań komunikacyjnych
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru, grupy osób w niekorzystnej sytuacji, jsfp	- Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuł zamieszczony na stronie LGD (ilość: 1), aktualizowany niezwłocznie w przypadku zmiany przepisów dotyczących obowiązków komunikacyjnych</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o obowiązkach komunikacyjnych beneficjentów EFSI</p>	0,00 €	Monitoring oglądalności strony LGD
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR (głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz stosowanych procedurach)	Kampania informacyjna na temat głównych założeń LSR	Potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, jsfp, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i mieszkańcy obszaru LGD, w tym także	<ul style="list-style-type: none"> - Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalach społecznościowych - fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym 	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych (ilość: 10 szt.)</p> <p>Informacje w mediach o zasięgu lokalnym (ilość:</p>	500 € [305 € – WPR 78 € – EFRR 117 € – EFS+]	Monitoring oglądalności strony LGD, ankieta prowadzona na www lub w biurze LGD badająca, skąd osoba zainteresowana pozyskała wiedzę o LGD

		przedstawiciele grup osób w niekorzystnej sytuacji		1 szt.) <u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o LGD i LSR		
Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach pozyskiwania środków, kryteriach oceny używanych przez Radę i zasadach realizacji projektów	Spotkania informacyjno – szkoleniowe dotyczące przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w szczególności rolnicy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy obszaru, jsfp, grupy osób w niekorzystnej sytuacji	- Spotkania informacyjno-szkoleniowe	<u>Wskaźnik:</u> Organizacja spotkań informacyjno-szkoleniowych (ilość: 6 szt.), w tym minimum 1 spotkanie przed każdym naborem wniosków <u>Efekt:</u> Podniesienie poziomu wiedzy mieszkańców w zakresie przygotowania, realizacji i rozliczenia operacji	2 250,00 € (1 372,25 € – WPR, 351,25 € – EFRR, 526,50 € – EFS+)	Informacja zwrotna w formie ankiety prowadzonej po spotkaniach informacyjno-szkoleniowych

<p>Wspieranie beneficjentów LSR w realizacji projektów</p>	<p>Informowanie na temat warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów</p>	<p>Beneficjenci oraz wnioskodawcy</p>	<p>Doradztwo indywidualne/ szkolenia</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Liczba osób, którym udzielono doradztwa na podstawie kart (ilość: 10 osób)/ewidencji udzielonego doradztwa/ Liczba szkoleń (ilość: 1 szkolenie)</p> <p><u>Efekt:</u> Podniesienie wiedzy mieszkańców nt. warunków i sposobów realizacji i rozliczania projektów</p>	<p>0 €</p>	<p>Karta / ewidencja udzielonego doradztwa/ Ankieta po przeprowadzonym szkoleniu</p>
<p>Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji</p>	<p>Kampania informacyjna na temat terminów przyjmowanych wniosków</p>	<p>Potencjalni wnioskodawcy – w zależności od naboru</p>	<p>-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD - Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich -Informacje na portalach społecznościowych – fanpage LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (ilość: 10 szt.)</p> <p>Informacje na portalach społecznościowych oraz mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 1 szt.)</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji</p>	<p>500 € [305 € – WPR 78 € – EFRR 117 € – EFS+]</p>	<p>Informacja zwrotna dotycząca ilości złożonych wniosków o dofinansowanie na poszczególne przedsięwzięcia oraz ilości udzielonego doradztwa</p>

<p>Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD</p>	<p>Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. jakości doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków o wsparcie projektowanych działań oraz o rozliczenie realizowanych operacji</p>	<p>Wnioskodawcy i beneficjenci w poszczególnych zakresach operacji</p>	<p>- Ankieta wypełniana po doradztwie</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Ankieta dystrybuowana wśród wnioskodawców i beneficjentów (ilość: 30 szt. ankiet zwrotnych od wnioskodawców i beneficjentów)</p> <p><u>Efekt:</u> Uzyskanie zewnętrznej wiedzy na temat jakości doradztwa w celu, np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności komunikacyjnych</p>	<p>0 €</p>	<p>Badanie ankietowe</p>
<p>Poinformowanie mieszkańców o efektach realizacji LSR w całym okresie programowania</p>	<p>Kampania informacyjna LGD nt. głównych efektów LSR</p>	<p>Mieszkańcy obszaru LGD</p>	<p>-Informacje na oficjalnej stronie internetowej LGD -Mailing oraz strona internetowa gmin członkowskich - Informacje na portalu społecznościowym LGD oraz w mediach o zasięgu lokalnym</p>	<p><u>Wskaźnik:</u> Artykuły na stronach internetowych (ilość: 10 szt.)</p> <p>Informacja na portalach społecznościowych oraz w mediach o zasięgu lokalnym (ilość: 1 szt.)</p> <p><u>Efekt:</u> Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o</p>	<p>500 € [305 € – WPR 78 € – EFRR 117 € – EFS+]</p>	<p>Monitoring oglądalności strony i lokalnych mediów</p>

				efektach realizacji LSR w całym okresie		
--	--	--	--	--	--	--

Stowarzyszenie "Unia Nadwarciańska"
z siedzibą: ul. Poznańska 18
adres biura: ul. Plac Szkolny 16 A
62-400 Słupca
tel. 63 241 00 73, kom. 512 962 200
NIP 6671735335 REGON 300943790
KRS 0000310950

Wiceprezes
Iwona Suszka
Iwona Suszka

Stowarzyszenie "Unia Nadwarciańska"
z siedzibą: ul. Poznańska 18
adres biura: ul. Plac Szkolny 16 A
62-400 Słupca
tel. 63 241 00 73, kom. 512 962 200
NIP 6671735335 REGON 300943790
KRS 0000310950

Prezes
Anita Herudzińska
Anita Herudzińska

Wiceprezes
Iwona Suszka
Iwona Suszka