Załącznik nr 1 do Uchwały nr 3 /2026 z dnia 16 września 2026 roku Posiedzenia Zarządu Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania Ziemia Bielska z siedzibą w Bielsku-Białej.

PLAN KOMUNIKACJI

STOWARZYSZENIA LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA ZIEMIA BIELSKA

1. Prezentacja głównych celów i przesłanek leżących u podstaw opracowania Planu Komunikacji

Dobra komunikacja jest podstawą do wdrażania LSR na wysokim poziomie oraz zagwarantowania, że działania LGD są transparentne. Aby mówić o skutecznej komunikacji musi być ona obustronna – tylko taka bowiem zapewnia zaangażowanie społeczności lokalnej i jej szeroki udział w opracowaniu LSR oraz jej wdrażaniu.

LGD Ziemia Bielska zdając sobie sprawę z ww. zależności, opierając się również na doświadczeniu lat 2009-2023 oraz przyjmując, ze jednym z kluczowych jej działań jest ciągłe rozwijanie potencjału społeczności lokalnych do świadomej realizacji LSR, osiągania jej celów, aktywnego uczestnictwa w procesie wdrażania oraz rozpowszechnianie informacji o założeniach strategii i zasadach przyznawania pomocy finansowej opracowała tzw. Plan komunikacji. Został on opracowany głównie w oparciu szereg wytycznych i badanie ewaluacyjne przeprowadzone w 2015 i 2022 r., które objęło również sferę dotychczasowej komunikacji na linii LGD – mieszkańcy

Zadaniem Planu komunikacji jest nie tylko zaplanowanie narzędzi komunikacyjnych, ale także zwiększenie poziomu współpracy, zaangażowania partnerów i interesariuszy LGD oraz bieżące identyfikowanie problemów komunikacyjnych.

U podstaw budowania niniejszego Planu komunikacji leży analiza dokumentu „Ewaluacja zewnętrzna Lokalnej Strategii Rozwoju" przygotowana dla LGD przez Fundację Socjometr w 2022, wg. której:

Mankamentem jest niewystarczająca rozpoznawalność LGD Ziemia Bielska na obszarze. Wskazują na to wyniki ankiety przeprowadzonej wśród mieszkańców, którzy w niewiele ponad połowie stwierdzili, iż znają LGD, a dodatkowo w większości zaznaczali odpowiedzi „nie" lub „trudno powiedzieć" w pytaniach dotyczących korzystania z infrastruktury dofinansowanej z środków LGD oraz uczestnictwa w wydarzeniach, szkoleniach i spotkaniach organizowanych przez LGD. Wskazane są więc bardziej zaawansowane i zintensyfikowane działania promocyjne.

Przesłanką do stworzenia niniejszego Planu komunikacji było utworzenie narzędzia służącego jak najszerszemu włączeniu społeczności lokalnej w realizację LSR. Bowiem tylko przy jej udziale można mówić o prawidłowym, transparentnym i efektywnym wdrażaniu strategii i podejścia LEADER ze wszystkimi jego cechami. Proces budowy planu zawierał szereg metod partycypacyjnych angażujących społeczność, powstawał w formie „dialogu" i taką dwustronną komunikację zakłada w trakcie realizacji, co pozwoli na bieżące korygowanie działań, identyfikowanie zagrożeń i skuteczne im przeciwdziałanie na możliwie wczesnym etapie.

Plan komunikacji zawiera wytyczone cele, cel ogólny jakim jest: Wzrost różnych form i poziomu włączenia/ zaangażowania mieszkańców obszaru w realizację LSR., a także trzy cele szczegółowe:

A. **Podniesienie świadomości mieszkańców w zakresie potencjalnych korzyści wynikających z aktywnego włączenia się w przygotowanie i realizację operacji wspieranych ze środków LSR poprzez działania informacyjne, promocyjne i aktywizacyjne prowadzone przez LGD**

B. **Zapewnienie szerokiego, łatwego dostępu do rzetelnych, przejrzystych informacji o LSR Ziemi Bielskiej na lata 2024- 2029 dla ogółu interesariuszy z wykorzystaniem różnych środków przekazu**
C. **Zapewnienie adekwatnego wsparcia potencjalnych wnioskodawców w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz w procesie realizacji i rozliczania operacji, poprzez profesjonalną informację i doradztwo ze strony LGD**

Aby je osiągnąć Plan przewiduje szereg działań komunikacyjnych skierowanych do grup docelowych mieszkańców obszaru, przedsiębiorców, rolników, organizacji pozarządowych, grup w niekorzystnej sytuacji, samorządów lokalnych, turystów.

Działania te mają przynieść konkretne efekty, a ich monitorowanie polegać będzie na weryfikacji zaplanowanych wskaźników np. ilości przeprowadzonych szkoleń, ilość wydarzeń ze stoiskiem LGD, ilości spotkań informacyjno-konsultacyjnych itd.

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

Poprzez podejmowane działania komunikacyjne LGD może skutecznie docierać do lokalnej społeczności, promując w ten sposób LSR i zachęcać do aktywnego uczestnictwa w jej realizacji. Zakładane działania w pewnej mierze są kontynuacją dotychczas stosowanych, jednak założeniem LGD Ziemia Bielska (podkreślanym również w przeprowadzonym badaniu ewaluacyjnym) jest szukanie takich rozwiązań, które sprawiają, że nawet pozornie powtarzalne działania i środki przekazu cechuje atrakcyjność, innowacyjność, świeżość. W latach 2024-2029 nie może zabraknąć takich działań jak: kampanie informacyjne w mediach i na spotkaniach, szkolenia, imprezy/wydarzenia. Kampanie informacyjne dotyczyć będą m.in. podejścia LEADER, założeń LSR na lata 2024-2029, celów, zasad przyznawania dofinansowania, terminów naborów wniosków, prezentacji dobrych praktyk. Także imprezy/wydarzenia z udziałem LGD mają za zadanie dotarcie do jak najszerszej grupy mieszkańców i poinformowanie ich o możliwościach i zasadach jakie niesie ze sobą realizacja LSR.

W przypadku wystąpienia problemów z wdrażaniem LSR lub spadkiem poparcia społecznego dla sposobu, procesu, metod wdrażania, działań podejmowanych przez LGD, także komunikowania się ze społecznością, konieczna będzie analiza sytuacji i rewizja, tak aby uzyskać na nowo lub wzmocnić zaufanie i poparcie społeczne. Przygotowany Plan komunikacji może więc podlegać modyfikacjom, tak aby w jak najwyższym stopniu spełniał swoje zadania i zapewnił osiągnięcie celów.

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

Głównym efektem działań komunikacyjnych będzie włączenie szerokiej rzeszy mieszkańców w realizację LSR. Pozostałe efekty to: wzrost świadomości mieszkańców z korzyści wynikających z aktywnego włączenia się w przygotowanie i realizację operacji wspieranych ze środków LSR; wzrost dostępu do rzetelnych, przejrzystych informacji o LSR Ziemi Bielskiej na lata 2024-2029; wzrost jakości składanych wniosków przez potencjalnych beneficjentów. Natomiast zakładane wskaźniki szczegółowo prezentuje tabela z podziałem na lata wdrażania Planu.

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

Plan komunikacji jest jednym z kluczowych elementów podlegających przyjętej przez LGD procedurze ewaluacji bowiem tylko efektywność planu może gwarantować osiągnięcie założonych celów. Zgodnie

z ww. procedurą monitorowanie realizacji planu ma charakter ciągły, jest realizowane na bieżąco (ewaluacja ongoing). Pozytywna ocena opiera się o wykonywanie założeń i osiąganie efektów. Plan komunikacji zostanie również poddany w 2026 roku ewaluacji mid-term obejmującej okres 2024-2026. Oba działania wskazywać będą rekomendacje utrzymania dotychczasowych sposobów prowadzonych działań bądź rekomendacje odnośnie ewentualnych zmian, ze wskazaniem ich obszarów, propozycją nowych działań, środków itd.

W oparciu o wyniki monitoringu, ewaluacji lub bieżącej oceny potrzeb o korektę planu może wnioskować Zarząd, Dyrektor biura, Rada, Komisja Rewizyjna, członkowie LGD (min. 5). Proponowane zmiany tak jak w przypadku każdej aktualizacji LSR podlegają konsultacjom z lokalną społecznością poprzez stronę internetową, a ich wyniki prezentowane są przed podjęciem uchwały o zmianach.

5. Budżet przewidziany na działania komunikacyjne – 37 502,00 euro

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 właściwe IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR.

6. Plan komunikacji – wersja tabelaryczna

Działania komunikacyjne	Środki przekazu	Wskaźniki	2024	2025	2026	2027	2028	2029	RAZEM	Grupa docelowa	Budżet w euro
Kampania informacyjna w mediach	informacje w prasie lokalnej	ilość ogłoszeń w prasie lokalnej	0	0	36	9	9	9	63	M, P, R, NGO, GNS, JST	10 838,00
	informacje radiowe	ilość ogłoszeń/spotów	0	1	2	1	1	1	6	M, P, R, NGO, GNS, JST	5 161,00
	informacje na www jst	ilość publikowanych informacji	18	18	18	18	18	18	108	M, P, R, NGO, GNS, JST	ND
Kampania informacyjna - spotkania	spotkania informacyjno-konsultacyjne	ilość spotkań informacyjno-konsultacyjnych	0	0	9	0	0	0	9	M, P, R, NGO, GNS, JST	5 806,00
	szkolenia dla wnioskodawców	Ilość szkoleń	0	2	0	0	0	0	2	M, P, R, NGO, GNS, JST	1 720,00
Doradztwo w biurze LGD	doradztwo indywidualne	Ilość podmiotów korzystających z doradztwa	0	40	20	5	5	0	70	M, P, R, NGO, GNS, JST	ND
Animowanie do wdrażania innowacji i nowych inicjatyw/pomysłów	skrzynka pomysłów na projekt	Ilość uruchomionych podstron na stronie www	1	0	0	0	0	0	1	M, P, R, NGO, GNS, JST	ND
	wpisy w mediach społecznościowych animujące do	Ilość wpisów	3	3	3	1	1	1	12	M, P, R, NGO, GNS, JST	ND

	wdrażania innowacji										
Imprezy/ Wydarzenia	wydarzenia gminne / powiatowe	ilość wydarzeń ze stoiskiem LGD	7	5	5	5	3	0	25	M, P, R, NGO, GNS, JST, T	ND
Operacje własne służące nawiązywaniu partnerstw	operacje własne służące nawiązywaniu partnerstw	Ilość spotkań służących nawiązywaniu partnerstw	0	1	2	0	0	0	3	NGO, GNS	ND
Badanie	ewaluacja ongoing	ilość raportów	1	1	1	1	1	1	6	M, GNS, JST, NGO, P, R	ND
	ewaluacja mid-term	ilość badań ewaluacyjnych	0	0	1	0	0	0	1	M, GNS, JST, NGO, P, R	6451,00
	ewaluacja ex-post	ilość badań ewaluacyjnych	0	0	0	0	0	1	1	M, GNS, JST, NGO, P, R	7526,00
	ocena doradztwa	ilość ankiet oceniających doradztwo	0	10	5	1	1	0	17	M, GNS, JST, NGO, P, R	ND
SUMA											37 502,00

Mieszkańcy obszaru (M), Przedsiębiorcy (P), Rolnicy (R), Organizacje pozarządowe(NGO), Grupy w niekorzystnej sytuacji (GNS), Samorządy lokalne (JST), Turyści (T)