

Załącznik do uchwały Nr 82/3838/25
Zarządu Województwa Kujawsko-Pomorskiego
z dnia 24.11.2025 r.

Załącznik nr 1 do ogłoszenia o konkursie na wybór strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność
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 osiągnięcia 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

dobrze 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. Opisując 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) **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 naborach, 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. 6 wydań NEWSLETTERA w roku,

Planowany efekt działania komunikacyjnego:

- min. 5 osób/podmiotów/adresów na każde 10 tys. mieszkańców obszaru LSR zapisanych do newslettera.

Newsletter to forma bazy e-mail, w której LGD gromadzi adresy osób, które dobrowolnie się zapisały, wyrażając zgodę na otrzymywanie treści. Dzięki temu możliwa jest regularna komunikacja LGD z określoną grupą odbiorców – w szczególności lokalnymi liderami, takimi jak sołtysi, radni gmin, powiatu i województwa, a także instytucjami kulturalnymi i/lub edukacyjnymi mającymi siedzibę na obszarze LSR (np. bibliotekami, domami kultury, teatrami, szkołami, uniwersytetami trzeciego wieku).

Z uwagi na główny cel Newslettera, jakim jest bieżący kontakt z lokalną społecznością, za jego pośrednictwem obligatoryjnie będą przekazywane informacje dotyczące:

- szkoleń dla potencjalnych wnioskodawców/grantobiorców,
- naborów wniosków o przyznanie pomocy/wniosków o powierzenie grantów,
- otwartych wydarzeń organizowanych przez LGD,
- dyżurów Mobilnego Punktu Doradczego (MPD),
- organizacji dorocznego seminarium „Lubię tu być – łączy nas RLKS”.

2) 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 naborów (w przypadku LGD miejskich dopuszczalna jest współorganizacja takiego działania w ramach wydarzeń o zasięgu ogólnomiejskim) **lub**

organizacja MPI – Mobilnych Punktów Informacyjnych RLKS – punktów organizowanych przez LGD podczas różnorodnych wydarzeń realizowanych na obszarze LSR lub poza obszarem LSR (ale na terenie województwa kujawsko-pomorskiego) przez różne podmioty, w tym LGD.

Otwarte wydarzenie/Mobilny Punkt Informacyjny LGD powinny zostać oznakowane roll-upem lub x-banerem o min. wymiarach 100x200 cm zgodnym z wizualizacją przekazaną przez ZW.

Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych wraz z wartościami:

- min. 1 zorganizowane wydarzenie w roku lub
- min. 3 MPI /rok (*źródło weryfikacji: sprawozdanie - opracowanie własne LGD*)

Planowany efekt działania komunikacyjnego:

- min. 100 uczestników wydarzenia/wydarzeń/MPI

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

- 3) **Mobilny Punkt Doradczy LGD (MPD) – w przypadku LGD wielofunduszowych** zapewnienie mieszkańcom obszaru objętego LSR bezpośredniego i regularnego dostępu do doradztwa oraz informacji na temat działań LGD poprzez organizację dyżurów przedstawicieli LGD w gminach. Dyżur MPD organizowany jest **minimum raz na kwartał** na terenie jednej z wybranych gmin należących do obszaru LGD. Dopuszczalne jest organizowanie dyżurów dla kilku sąsiadujących ze sobą gmin.

Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych wraz z wartościami:

- min. 4 Mobilne Punkty Doradcze na terenie działania LGD w roku;

Planowany efekt działania komunikacyjnego:

- sprawozdanie z dyżuru doradczego (opracowanie własne LGD).

- 4) **Zorganizowanie raz w roku otwartego seminarium LGD** (skierowanego do wszystkich grup docelowych wymienionych w standardzie) **pn. „Lubię tu być – łączy nas RLKS”**, podczas którego LGD przedstawi dotychczasowe osiągnięcia oraz postępy we wdrażaniu Lokalnej Strategii Rozwoju (LSR).

Wydarzenie będzie również okazją do otwartej dyskusji z uczestnikami na temat potrzeb, wyzwań i pomysłów lokalnych społeczności, co pozwoli na lepsze dopasowanie przyszłych działań LGD (w tym organizowanych naborów) do oczekiwań mieszkańców. Seminarium będzie jednocześnie formą promocji podejścia RLKS w województwie, poprzez prezentację dobrych praktyk oraz aktywizację lokalnych środowisk do współpracy i zaangażowania w rozwój regionu.

Dla uczestników seminarium LGD przygotowuje materiały informacyjne zawierające w szczególności opis zakresów wsparcia przewidywanych w LSR oraz informacje o planowanych terminach naborów.

Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych wraz z wartościami:

- min. 1 zorganizowane seminarium LGD w roku.

Planowany efekt działania komunikacyjnego

- sprawozdanie z realizacji seminarium (opracowanie własne LGD).

- 5) **Organizacja bezpłatnych szkoleń** w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego naboru lub w trakcie trwania ogłoszenia lub w trakcie trwania naboru. Dopuszcza się możliwość organizacji szkoleń, które swoją tematyką (zakresem) będą obejmować więcej niż jeden nabór.

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

Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych wraz z wartością:

- min. 1 szkolenie/część szkolenia² dot. każdego ogłoszonego naboru.

Planowany efekt działania komunikacyjnego:

- ilość osób przeszkolonych w zakresie zasad przyznawania pomocy i/lub wypełniania wniosku o przyznanie pomocy/powierzenie grantu przed ogłoszeniem każdego naboru lub w trakcie trwania ogłoszenia lub w trakcie trwania naboru.

Minimalna wartość wskaźnika do określenia przez LGD.

6) **Funkcjonowanie strony internetowej LGD** zgodnie z interfejsem (layoutem), który stanowi załącznik do niniejszego standardu oraz bieżąca jej aktualizacja w ramach której:

- zapewniony zostanie dostęp do informacji o aktualnym harmonogramie naborów oraz wynikach naborów 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),
- zamieszczone zostanie roczne sprawozdanie z wdrażania LSR za poprzedni rok, niezwłocznie po jego zatwierdzeniu przez ZW.

Wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego wraz z wartościami:

- 1 aktywna strona internetowa prowadzona przez LGD.

Planowany efekt działania komunikacyjnego:

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

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

Wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego:

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

Planowany efekt działania komunikacyjnego:

- min. 20 aktywności w roku.

Z uwagi na główny cel mediów, jakim jest bieżący kontakt z lokalną społecznością, za ich pośrednictwem obligatoryjnie będą przekazywane informacje dotyczące:

- szkoleń dla potencjalnych wnioskodawców/grantobiorców,
- naborów wniosków o przyznanie pomocy/wniosków o powierzenie grantów,

² W przypadku organizacji szkolenia obejmującego swoim zakresem więcej niż 1 nabór.

- otwartych wydarzeń organizowanych przez LGD,
 - dyżurów Mobilnego Punktu Informacyjnego (MPI) oraz Mobilnego Punktu Doradczego (MPD),
 - organizacji dorocznego seminarium „Lubię tu być – łączy nas RLKS”.
- 8) **Informowanie ZW z co najmniej 14-dniowym wyprzedzeniem** o zaplanowanych przez LGD w ramach planu komunikacji aktywnościach na terenie objętym LSR, tj. wręczeniu umów, szkoleniach dla potencjalnych wnioskodawców/grantobiorców, dyżurów w gminach (MPD), dorocznym seminarium „Lubię tu być – łączy nas RLKS” na wskazany przez ZW adres mailowy.
- 9) **Promocja LGD i ZW** - aktywności realizowane przez LGD powinny zostać oznakowane roll-upem o min. wymiarach 100x200 cm lub x-banerem zgodnym z wizualizacją przekazaną przez ZW.

3. 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.

4. 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 biur. 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.

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

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

Zapisy niniejszego załącznika obowiązują od dnia **1 stycznia 2026 r.**

Załącznik:

Interfejs (layout) strony internetowej LGD

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

Interfejs (layout) strony internetowej LGD

Umieszczenie na głównej stronie przycisków/zakładek do:

1. **Harmonogram naborów wniosków o wsparcie** - roczny.
2. **Nabory wniosków** (bieżące i archiwalne)

Pogrupowane zakresami lub uszeregowane chronologicznie.

W ramach danego naboru należy umieścić minimum następujące informacje:

- ogłoszenie wraz z regulaminem i wszystkimi załącznikami do ogłoszenia
- lista operacji/grantów wybranych wraz z uchwałą zatwierdzającą listę,
- protokoły z posiedzeń organu decyzyjnego
- informacja o rozpatrzonych protestach wraz z protokołami organu decyzyjnego i podjętymi uchwałami
- zmiany wprowadzone do ogłoszenia o naborze
- komunikaty

(przy dodawaniu na stronę poszczególnych informacji widoczna data publikacji)

3. **Dobre praktyki** - informacja o wszystkich zrealizowanych projektach objętych grantem w zakresie LSR w ramach EFS+ wraz z relacją zdjęciową.

Informacja powinna zawierać:

- oznaczenie grantobiorcy
- tytuł projektu objętego grantem lub jego skróconą nazwę (maksymalnie 150 znaków),
- podkreślenie faktu otrzymania wsparcia finansowego z Unii Europejskiej czyli: znak Funduszy Europejskich dla Kujaw i Pomorza, znak barw Rzeczypospolitej Polskiej i znak Unii Europejskiej,
- zadania, działania, które zostały zrealizowane w projekcie objętym grantem
- grupy docelowe (do kogo skierowany był projekt),
- cel lub cele projektu objętego grantem,
- efekty, rezultaty projektu objętego grantem (jeśli opis zadań, działań nie zawiera opisu efektów, rezultatów),
- wartość zrealizowanego projektu objętego grantem (całkowity koszt projektu),
- wysokość wkładu Funduszy Europejskich,
- hasztagi: #FunduszeUE lub #FunduszeEuropejskie.
- minimum 2 zdjęcia

4. **Dane kontaktowe/kontakt**

Informacja powinna zawierać:

- adres biura (lokalizacja)
- godziny otwarcia biura
- adres (-sy) poczty e-mail
- numer(-y) telefonu do biura LGD,
- skład osobowy kadry pracowników z podaniem imienia i nazwiska oraz zajmowanego stanowiska.

5. Newsletter LGD

6. Oznaczenie i przekierowanie do mediów społecznościowych

7. Opcja "szukaj" (lupka)