

**LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania „Podgrodzie Toruńskie”**

**Numer i data podpisania umowy w warunkach i sposobie realizacji Strategii RLKS: 00012-6933-UM0220012/15 z dnia 19 maja 2016r.**

**Tabela 1. Harmonogram planu komunikacji na 2023r.**

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki wraz z wartościami (wartość minimalna)	Planowany/ prognozowany budżet	Planowany termin i miejsce realizacji
I połowa 2023 r.	Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR Prezentowanie efektów wdrażania LSR	Kampania informacyjna budująca pozytywny wizerunek LGD i LSR oraz informująca o efektach wdrażania LSR	Ogół mieszkańców obszaru	• artykuły w prasie lokalnej	• liczba artykułów w prasie lokalnej: min. 1	5 000,00 zł	-Zwiększenie świadomości społeczności lokalnej nt. działalności LGD i wdrażania LSR Zwiększenie współpracy i integracji społeczności lokalnych - Artykuły w prasie lokalnej - Weryfikacja na podstawie nakładu gazety. (Nakład w zależności od tytułu gazety). Zakłada się, że min. 50% czytelników zapozna się z artykułem.
				• artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych	• liczba artykułów na stronach internetowych i portalach społecznościowych: min. 1		-Zwiększenie świadomości społeczności lokalnej nt. działalności LGD i wdrażania LSR- Zwiększenie współpracy i integracji społeczności lokalnych- Liczba odbiorców zamieszczanych informacji –min. 100. Weryfikacja na podstawie licznika odsłon/odwiedzin
				• ogłoszenia na tablicach informacyjnych	• liczba ogłoszeń na tablicach: min. 1		-Zwiększenie świadomości społeczności lokalnej nt. działalności LGD i wdrażania LSR- Zwiększenie współpracy i integracji społeczności lokalnych- Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i wdrażaniu LSR –min. 5 osób. Weryfikacja na podstawie rejestru udzielonego doradztwa, przy założeniu, że każda osoba korzystająca z doradztwa w biurze LGD zapozna się z zamieszczonymi przed biurem ogłoszeniami

II połowa 2023 r.	Budowanie pozytywnego wizerunku LGD i LSR	Kampania informacyjna budująca pozytywny wizerunek LGD i LSR oraz informująca o efektach wdrażania LSR	Ogół mieszkańców obszaru	<ul style="list-style-type: none"> <li>artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba artykułów na stronach internetowych i portalach społecznościowych: min. 1</li> </ul>	10 000,00 zł	-Zwiększenie świadomości społeczności lokalnej nt. działalności LGD i wdrażania LSR- Zwiększenie współpracy i integracji społeczności lokalnych- Liczba odbiorców zamieszczanych informacji –min. 200. Weryfikacja na podstawie licznika odsłon/odwiedzin
				<ul style="list-style-type: none"> <li>ogłoszenia na tablicach informacyjnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba ogłoszeń na tablicach: min. 1</li> </ul>		-Zwiększenie świadomości społeczności lokalnej nt. działalności LGD i wdrażania LSR- Zwiększenie współpracy i integracji społeczności lokalnych- Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i wdrażaniu LSR –min. 10 osób. Weryfikacja na podstawie rejestru udzielonego doradztwa, przy założeniu, że każda osoba korzystająca z doradztwa w biurze LGD zapozna się z zamieszczonymi przed biurem ogłoszeniami
				<ul style="list-style-type: none"> <li>imprezy informacyjno – promocyjne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba imprez: min. 3</li> </ul>		-Zwiększenie świadomości społeczności lokalnej nt. działalności LGD i wdrażania LSR- Zwiększenie współpracy i integracji społeczności lokalnych. Liczba uczestników w zależności od wielkości i atrakcyjności imprezy: Przyjmuje się że średnia ilość uczestników biorących udział w jednej imprezie to 50 osób.
				<ul style="list-style-type: none"> <li>materiały informacyjno-promocyjne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>liczba plakatów: min. 70</li> </ul>		-Zwiększenie świadomości społeczności lokalnej nt. działalności LGD i wdrażania LSR- Zwiększenie współpracy i integracji społeczności lokalnych- Plakaty -Weryfikacja na podstawie nakładu plakatów. Zakłada się, że min. 10 osób zapozna się z treścią 1 szt. plakatu.
	Uzyskiwanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie (np. dodatkowego przeszkolenia osób udzielających pomocy, np. w	Badanie satysfakcji potencjalnych wnioskodawców i osób objętych wsparciem dla grup defaworyzowanych nt. jakości pomocy udzielanej przez LGD	Potencjalni wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR, grupy defaworyzowane	<ul style="list-style-type: none"> <li>ankieta w wersji elektronicznej rozsyłana na adresy e-mail</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>sprawozdanie: min. 1</li> </ul>	0,00 zł	Lepsze dopasowanie działań komunikacyjnych i środków przekazu do potrzeb lokalnych społeczności - Dane zgromadzone na podstawie ankiet przeprowadzonych na szkoleniach/spotkaniach informacyjnych bądź przesłanych do potencjalnych beneficjentów.

	zakresie komunikacji interpersonalnej)						Weryfikacja na podstawie liczby uczestników spotkań/szkoleń/rejestru doradztwa (przy założeniu, że 50% badanych udzieli informacji zwrotnej)
--	--	--	--	--	--	--	--