

LGD: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania „Podgrodzie Toruńskie”

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

Tabela 1. Harmonogram planu komunikacji na 2020r.

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 2020r.	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 prasie lokalnej: min.1	1 350,00 zł	-Zwiększenie świadomości społeczności lokalnej nt. działalności LGD i wdrażania LSR- Zwiększenie współpracy i integracji społeczności lokalnych –poprzez liczbę odbiorców. 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. 3		-Zwiększenie świadomości społeczności lokalnej nt. działalności LGD i wdrażania LSR- Zwiększenie współpracy i integracji społeczności lokalnych-Liczba odbiorców zamieszczanych informacji – min. 300. Weryfikacja na podstawie licznika odsłon/odwiedzin
				• ogłoszenia na tablicach informacyjnych	• liczba ogłoszeń na tablicach: min. 2		-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

	Wspieranie potencjalnych beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków z budżetu LSR	Spotkania informacyjno – konsultacyjne nt. zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia Kampania informacyjna o naborach wniosków	Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, zwłaszcza: przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, podmioty ekonomii społecznej, mieszkańcy, grupy defaworyzowane	<ul style="list-style-type: none"> • bezpośrednie spotkania • liczba szkoleń i spotkań: min. 2 	4 000,00 zł	-Zwiększenie umiejętności przygotowywania wniosków aplikacyjnych-Liczba osób biorących udział w 1 szkoleniu lub spotkaniu –min. 5 osób. Weryfikacja na podstawie list obecności.
			<ul style="list-style-type: none"> • artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych • liczba artykułów na stronach internetowych i portalach społecznościowych: min. 3 	-Zwiększenie umiejętności przygotowywania wniosków aplikacyjnych-Liczba odbiorców zamieszczanych informacji –min. 300. Weryfikacja na podstawie licznika odsłon/odwiedzin		
			<ul style="list-style-type: none"> • ogłoszenia na tablicach informacyjnych • liczba ogłoszeń na tablicach: min. 2 	-Zwiększenie umiejętności przygotowywania wniosków aplikacyjnych-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.		
II połowa 2020r.	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	<ul style="list-style-type: none"> • liczba artykułów w prasie lokalnej: min. 1 • artykuły w prasie lokalnej 	1 500,00 zł	-Zwiększenie świadomości społeczności lokalnej nt. działalności LGD i wdrażania LSR- Zwiększenie współpracy i integracji społeczności lokalnych –poprzez liczbę odbiorców. Weryfikacja na podstawie nakładu gazety. (Nakład w zależności od tytułu gazety). Zakłada się, że min. 50% czytelników zapozna się z artykułem.
				<ul style="list-style-type: none"> • artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych • liczba artykułów na stronach internetowych i portalach społecznościowych: min. 3 		-Zwiększenie świadomości społeczności lokalnej nt. działalności LGD i wdrażania LSR- Zwiększenie współpracy i integracji społeczności lokalnych-Liczba odbiorców zamieszczanych informacji – min. 300. Weryfikacja na podstawie licznika odsłon/odwiedzin

				<ul style="list-style-type: none"> ogłoszenia na tablicach informacyjnych 	<ul style="list-style-type: none"> liczba ogłoszeń na tablicach: min. 2 		<p>-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</p>
				<ul style="list-style-type: none"> materiały informacyjno-promocyjne 	<ul style="list-style-type: none"> liczba biuletynów informacyjnych: min. 300 szt. 		<p>Zwiększenie świadomości społeczności lokalnej nt. działalności LGD i wdrażania LSR- Zwiększenie współpracy i integracji społeczności lokalnych -Liczba osób poinformowanych o wdrażaniu LSR i działalności LGD –min. 300 osób. Weryfikacja na podstawie nakładu biuletynów. Zakłada się, że min. 1 osoba zapozna się z treścią 1 szt. biuletynu. Dystrybucja na imprezach/zebraniach/spotkaniach/szkoleniach. weryfikacja na podstawie protokołów sporządzonych przez LGD w zakresie poszczególnych imprez/zebrań/spotkań/szkoleń</p>
<p>Wspieranie potencjalnych beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków z budżetu LSR</p>	<p>Spotkania informacyjno – konsultacyjne nt. zasad opracowywania wniosków na poszczególne przedsięwzięcia Kampania informacyjna o naborach wniosków</p>	<p>Wszyscy potencjalni wnioskodawcy, zwłaszcza: przedsiębiorcy, rolnicy, organizacje pozarządowe, podmioty ekonomii społecznej, mieszkańcy, grupy defaworyzowane</p>	<ul style="list-style-type: none"> artykuły na stronach internetowych i portalach społecznościowych 	<ul style="list-style-type: none"> liczba artykułów na stronach internetowych i portalach społecznościowych: min. 3 	<p>0,00 zł</p>	<p>-Zwiększenie umiejętności przygotowywania wniosków aplikacyjnych-Liczba odbiorców zamieszczanych informacji –min. 300. Weryfikacja na podstawie licznika odsłon/odwiedzin</p>	
			<ul style="list-style-type: none"> ogłoszenia na tablicach informacyjnych 	<ul style="list-style-type: none"> liczba ogłoszeń na tablicach: min. 2 		<p>-Zwiększenie umiejętności przygotowywania wniosków aplikacyjnych-Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i wdrażaniu LSR –min. 10 osób. Weryfikacja na podstawie rejestru udzielonego</p>	

							<p>doradztwa, przy założeniu, że każda osoba korzystająca z doradztwa w biurze LGD zapozna się z zamieszczonymi przed biurem ogłoszeniami.</p>
	<p>Wspieranie i aktywizacja osób z grup defaworyzowanych</p>	<p>Animacja grup defaworyzowanych</p>	<p>Grupy defaworyzowane</p>	<ul style="list-style-type: none"> warsztaty aktywizujące 	<ul style="list-style-type: none"> liczba warsztatów: min. 5 	<p>7 500,00 zł</p>	<p>Włączenie społeczne grup defaworyzowanych– Liczba osób uczestniczących w 1 warsztacie –min. 10. Weryfikacja na podstawie list obecności</p>