

## Plan komunikacji na 2018 rok – Lokalna Strategia Rozwoju dla obszaru Lokalnej Grupy Działania „Dla Miasta Torunia”

Cel	Główni adresaci	Działania komunikacyjne	Środki przekazu	Wskaźniki monitorowania komunikacji	2018
1. Upowszechnianie wiedzy o LGD i LSR w zakresie celów, przedsięwzięć i efektów realizacji LSR oraz wsparcie podmiotów na etapie składania wniosków oraz rozliczania projektów z budżetu LSR.	wszyscy mieszkańcy obszaru objętego LSR, w tym grupy defaworyzowane, instytucje działające na rzecz osób defaworyzowanych oraz instytucje, organizacje i podmioty gospodarcze działające na obszarze LSR (w tym członkowie, organy LGD),  wszyscy potencjalni wnioskodawcy,  wszyscy beneficjenci LGD, członkowie i organy LGD, podmioty aplikujące i realizujące operacje w ramach LSR	1. kampania informacyjno - promocyjna  2. Działania informacyjno/ doradczo/ szkoleniowe  3. Działania animujące	media społecznościowe i strony internetowe	liczba wejść na stronę	10000
				liczba informacji na stronie www i mediach społecznościowych	30
			mailing	liczba newsletterów	10
			materiały promocyjne	Liczba materiałów promocyjnych o różnej treści	2
			tablica informacyjna	liczba tablic	0
			prasa	liczba informacji	6
			radio	liczba informacji	4
			telewizja	liczba emisji	1
			materiały informacyjne (w tym: publikacje drukowane, e-publikacje, materiały instruktażowe)	liczba materiałów informacyjnych o różnej treści merytorycznej	4
			spotkania informacyjne	liczba spotkań	6
			szkolenia	liczba godzin	64
			wydarzenia podsumowujące	liczba spotkań	0
			dżyżury informacyjne	liczba godzin	340
konferencja prasowa	liczba	0			

			kalendaryz publiczny	liczba utworzonych kalendarzy	0
			doradztwo	liczba godzin	70
			wizyty wspierające u grup/ podmiotów działających na rzecz osób defaworyzowanych	liczba wizyt	10
			stoisko informacyjne LGD podczas wydarzeń miejskich	liczba wystawień stoiska	1
2. Zwiększenie partycypacji społeczeństwa w LSR poprzez wspieranie i aktywizację społeczności lokalnej, w tym grup defaworyzowanych	wszyscy mieszkańcy obszaru objętego LSR oraz instytucje, organizacje i podmioty gospodarcze działające na obszarze LSR  grupy defaworyzowane, lokalni liderzy i animatorzy  wszyscy potencjalni beneficjenci w szczególności grupy defaworyzowane, otoczenie grup defaworyzowanych, organizacje działające na rzecz grup defaworyzowanych	1. kampania informacyjno - promocyjna	media społecznościowe i strony internetowe	liczba informacji	35
			mailingi	liczba mailingów/ newsletterów	8
		2. Działania animacyjne	spotkania networkingowe	liczba spotkań	5
			dżury informacyjne	liczba godzin	40
			szkolenia/ warsztaty/eventy tematyczne	liczba godzin szkoleń/ warsztatów/ eventów tematycznych	0
			materiały informacyjne (w tym: publikacje drukowane, e-publikacje, materiały instruktażowe)	liczba materiałów informacyjnych o różnej treści merytorycznej	2

3. Udoskonalenie funkcjonowania LGD	wszyscy beneficjenci LGD, członkowie i organy LGD, podmioty aplikujące i realizujące operacje w ramach LSR	1. Badania monitorujące	ankieta satysfakcji z doradztwa	liczba raportów	1
			ankieta satysfakcji ze szkoleń	liczba raportów	1
			grupa dyskusyjna	liczba grup	0
			ankieta online	liczba wypełnionych ankiet online	10

**Planowany budżet działań komunikacyjnych:**

1. Media:
  - a) artykuły prasowe: 4000,00 zł
  - b) kampania radiowa: 8 000,00 zł
2. Personel biura (3 osoby): 72 900,00 zł
3. Zajęcia grupowe: 9790,00 zł
4. Drukowane materiały promocyjno- informacyjne: 5470,00 zł