

Plan komunikacji na 2020 rok – Lokalna Strategia Rozwoju dla obszaru Lokalnej Grupy Działania „Dla Miasta Torunia”

Cel	Działania komunikacyjne	Główni adresaci	Środki przekazu	Opis zakładanych wskaźników realizowanych działań komunikacyjnych	Planowany efekt działań komunikacyjnych i sposób mierzenia	Termin realizacji (2020r.)	Budżet prognozowany
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.	1. kampania informacyjno – promocyjna o LSR i LGD 2. Działania informacyjno/ doradczo/ szkoleniowe 3. Działania animujące	potencjalni Wnioskodawcy, podmioty/institucje/organizacje aplikujące i realizujące projekty w ramach LSR. Członkowie i organy LGD, pracownicy biura Mieszkańcy obszaru objętego LSR	media społecznościowe i strony internetowe	liczba wejść na stronę 10 000	Odbiorcami będzie 12 000 osób – raport statystyczny	Styczeń-grudzień 2020r	123 zł abonament roczny
				liczba informacji na stronie www i mediach społecznościowych min. 28	Odbiorcami będzie 14 000 osób – raport statystyczny	Styczeń-grudzień 2020r	200 zł (koszt promocji postów/informacji w formie prepaid w mediach społecznościowych)
			Newsletter	liczba newsletterów - 10	Odbiorcami będzie min 120 osób – baza kontaktów odbiorców newslettera	Styczeń-grudzień 2020r	31,20 zł (0,026/mail x 1200)
			prasa	liczba informacji 4	Odbiorcami będzie 2000 osób – średni nakład wydań, w których ukazały się informacje	Styczeń-grudzień 2020r	1000 zł - zakup 2 ogłoszeń (koszt 1 ogłoszenia wynosi średnio 500zł), pozostałe 2 bezkosztowo



Fundusze Europejskie
Program Regionalny



Województwo
Kujawsko-Pomorskie



LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA
Dla Miasta Torunia

Unia Europejska

Europejski Fundusz Społeczny



			radio	liczba emisji 3 (3 kampanie x 10 emisji)	Odbiorcami będzie ok 30 tys osób - średni odbiór słuchaczy zgodnie z danymi nadawcy	Styczeń-grudzień 2020r	1000zł (koszt 1 kampanii wynosi średnio 300zł)
			telewizja	liczba emisji 1	Odbiorcami będzie 1 tys. Osób - średni odbiór oglądających zgodnie z danymi nadawcy	Styczeń-grudzień 2020r.	0,00 zł
			materiały informacyjne (w tym: publikacje drukowane, e-publikacje, materiały instruktażowe)	liczba materiałów informacyjnych o różnej treści merytorycznej (m.in. sposób realizacji grantów, poradnik dot. Kontroli0 - 3	Odbiorcami będzie min. 300 osób - listy obecności spotkań, szkoleń, wydarzeń/eventów w czasie których dystrybuowane będą materiały	Styczeń-grudzień 2020r.	0,00 zł
			spotkania informacyjne	liczba spotkań 4	Odbiorcami będzie min 40 osób – listy obecności	Styczeń-grudzień 2020r.	w ramach etatów
			szkolenia	liczba godzin 12	Odbiorcami będzie min. 20 osób - listy obecności	Styczeń-grudzień 2020r.	800 zł (8H h x 100zł trener), pozostałe bezkosztowo



Fundusze Europejskie
Program Regionalny



Województwo
Kujawsko-Pomorskie



LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA
Dla Miasta Torunia

Unia Europejska

Europejski Fundusz Społeczny



			dyżury informacyjne	liczba godzin 340	Odbiorcami będzie min. 10 osób – raport roczny z dyżurów	Styczeń-grudzień 2020r.	W ramach etatów
			doradztwo	liczba godzin 70	Odbiorcami będzie min. 50 osób – rejestr doradztwa	Styczeń-grudzień 2020r	W ramach etatów
			wizyty wspierające u grup/ podmiotów działających na rzecz osób defaworyzowanych	liczba wizyt 8	Odbiorcami będzie min. 8 osób – karty z wizyt wspierających	Styczeń-grudzień 2020r	W ramach etatów
2. Zwiększenie partycypacji społeczeństwa w LSR poprzez wspieranie i aktywizację społeczności lokalnej, w tym grup defaworyzowanych	1. kampania informacyjno – promocyjna o projektach realizowanych w ramach LSR	Mieszkańcy obszaru objętego LSR	media społecznościowe i strony internetowe	liczba informacji 35	Odbiorcami będzie min. 3500 osób - raport statystyczny	Styczeń-grudzień 2020r	0,00 zł
		Podmioty/Instytucje/Organizacje	mailingi	liczba mailingów/ newsletterów 8	Odbiorcami będzie min. 100 osób – baza kontaktów odbiorców newslettera	Styczeń-grudzień 2020r	20 zł (0,026zł/szt x 800maili)
		Członkowie i organy LGD	materiały informacyjne (w tym: publikacje drukowane, e-publikacje, materiały instruktażowe)	liczba materiałów informacyjnych o różnej treści merytorycznej (m.in. typy działań animacyjnych w społ. Lokalnych,	Odbiorcami będzie min. 40 osób - listy obecności spotkań, szkoleń, wydarzeń/eventów w czasie których	Styczeń-grudzień 2020r	0 zł większość materiałów będzie dystrybuowana elektronicznie



Fundusze Europejskie
Program Regionalny



Województwo
Kujawsko-Pomorskie



LOKALNA GRUPA DZIAŁANIA
Dla Miasta Torunia

Unia Europejska

Europejski Fundusz Społeczny



				nowe kanały docierania do mieszkańców dla ngo) 2	dystrybuowane będą materiały		
			Spotkania networkingowe	Liczba spotkań 5	Odbiorcami będzie min. 40 osób – listy obecności	Styczeń-grudzień 2020r	400zł (w skład wchodzi wynagrodzenie prowadzącego/eksperta)
			Dyżury informacyjne	Liczba godzin 40	Odbiorcami będzie min. 30 osób – listy obecności	Styczeń-grudzień 2020r	W ramach etatów
3. Udoskonalenie funkcjonowania LGD	1. Badania monitorujące	wszyscy beneficjenci LGD, członkowie i organy LGD, podmioty aplikujące i realizujące operacje w ramach LSR	ankieta satysfakcji z doradztwa	liczba raportów 1	Odbiorcami będzie min. 70 osób – raport z ankiet	Styczeń-grudzień 2020r	0,00
			ankieta satysfakcji ze szkoleń	liczba raportów 1	Odbiorcami będzie min. 70 osób – raport z ankiet	Styczeń-grudzień 2020r	0,00
			ankieta online	liczba wypełnionych ankiet online 8	Odbiorcami będzie min. 8 osób – raport z ankiet	Styczeń-grudzień 2020r	0,00

Wskazane kwoty zostały oszacowane na podstawie wydatków ujętych w specyfikacji Kosztów Bieżących i Animacji na lata 2019-2023r. Wiele w ww. pozycji jest realizowanych bez kosztowo lub w ramach etatów pracowników Biura LGD.



Analiza efektów działań komunikacyjnych, czyli wskazanie stosunku efektów (zamierzonych efektów) do nakładów finansowych pokazuje, że dobór kanałów informacji przekazywana grupie docelowej w ramach poszczególnych celów.

Dla celu 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. Największe nakłady finansowe dotyczą działań promocyjnych – typu prasa, radio, jednakże coraz większą rolę odgrywają media społecznościowe i kanały internetowe docierania do grupy docelowej czyli mailing, aktualności publikowane na stronie www. Informacja zwrotna od potencjalnych grantobiorców wskazuje na potrzebę organizowania spotkań i szkoleń o charakterze merytorycznym, a także publikowania opracowań w tym zakresie.

Dla celu 2. 2. Zwiększenie partycypacji społeczeństwa w LSR poprzez wspieranie i aktywizację społeczności lokalnej, w tym grup defaworyzowanych nie są przeznaczane bezpośrednie środki finansowe. Odbywa się ona poprzez prowadzenie bieżących działań finansowanych w ramach Kosztów bieżących i animacji, które polegają na udzielaniu doradztwa, udziale w eventach (jak forum NGO, czy OWES). Poprzez kontakt z potencjalnymi beneficjentami, mieszkańcami pracownicy biura zachęcają do zapoznania się z ideą LSR, wstąpienia do Stowarzyszenia, zbierają opinie dotyczące funkcjonowania biura czy sposobu realizacji strategii.

W czasie wszystkich działań, w szczególności szkoleń i spotkań zbierane są ankiety ewaluacyjne, które stanowią integralną część ewaluacji zadań realizowanych przez LGD i ich efektów.