**Plan komunikacji na 2019 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 (2019r.)** | **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 LGD2. Działania informacyjno/doradczo/szkoleniowe3. Działania animujące  | potencjalni Wnioskodawcy, podmioty/instytucje/organizacje aplikujące i realizujące projekty w ramach LSR.Członkowie i organy LGD, pracownicy biuraMieszkańcy obszaru objętego LSR | media społecznościowe i strony internetowe | liczba wejść na stronę 10 000 | Odbiorcami będzie 12 000 osób – raport statystyczny  | Styczeń-grudzień 2019r | 123 zł abonament roczny |
| liczba informacji na stronie www i mediach społecznościowych min. 30 | Odbiorcami będzie 15 000 osób – raport statystyczny | Styczeń-grudzień 2019r | 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 2019r | 31,20 zł (0,026/mail x 1200) |
| Ulotki dotyczące ogólnych informacji nt. LDG | Liczba ulotek – 500 szt. | Odbiorcami będzie min. 500 osób – listy obecności spotkań, szkoleń, wydarzeń/eventów | Styczeń-grudzień 2019r. | 200 zł (koszt 1 ulotki wynosi ok. 0,40 zł) |
| prasa | liczba informacji 6 | Odbiorcami będzie 3000 osób – średni nakład wydań, w ktrych ukazały się informacje | Styczeń-grudzień 2019r | 1000 zł - zakup 3 ogłoszeń (koszt 1 ogłoszenia wynosi średnio 300zł), pozostałe 3 bezkosztowo |
| radio | liczba emisji 4 (4 kampanie x 15 emisji)  | Odbiorcami będzie ok 30 tyś osób - średni odbiór słuchaczy zgodnie z danymi nadawcy  | Styczeń-grudzień 2019r | 1000zł (koszt 1 kampanii wynosi średnio 250zł) |
| telewizja | liczba emisji 1 | Odbiorcami będzie 1 tyś. Osób - średni odbiór oglądających zgodnie z danymi nadawcy | Styczeń-grudzień 2019r. | 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, klub młodzieżowy a świetlica środowiskowa w praktyce, standard minimum w projektach grantowych) - 4 | Odbiorcami będzie min. 500 osób - listy obecności spotkań, szkoleń, wydarzeń/eventów w czasie których dystrybuowane będą materiały | Styczeń-grudzień 2019r. | 500 zł ( 50 szt x 10 zł średnio koszt wydruku materiałów instruktażowych szytych lub klejonych), większość materiałów będzie dystrybuowana elektronicznie |
| spotkania informacyjne  | liczba spotkań 8 | Odbiorcami będzie min 80 osób – listy obecności | Styczeń-grudzień 2019r. | w ramach etatów |
| szkolenia  | liczba godzin 18 | Odbiorcami będzie min. 30 osób - listy obecności | Styczeń-grudzień 2019r. | 3600 zł (3 dni x 50 zł x 10 os catering; 18 h x 100zł trener, 30 x 10 zł materiały szkoleniowe)  |
| dyżury informacyjne | liczba godzin 340 | Odbiorcami będzie min. 10 osób – raport roczny z dyżurów | Styczeń-grudzień 2019r. | W ramach etatów |
| doradztwo | liczba godzin 70 | Odbiorcami będzie min. 50 osób – rejestr doradztwa | Styczeń-grudzień 2019r | W ramach etatów |
| wizyty wspierające u grup/ podmiotów działających na rzecz osób defaworyzowanych | liczba wizyt 10 | Odbiorcami będzie min. 10 osób – karty z wizyt wspierających | Styczeń-grudzień 2019r | W ramach etatów |
| stoisko informacyjne LGD podczas wydarzeń miejskich | liczba wystawień stoiska - 1 | Odbiorcami będzie min. 100 osób – raport/notatka z wydarzenia organizatora z ifrmacją o ilości odwiedzających | 4 kwartał 2019r. | 0,00 złW 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 LSR2. Działania animacyjne | Mieszkańcy obszaru objętego LSRPodmioty/Instytucje/Organizacje Członkowie i organy LGD  | media społecznościowe i strony internetowe | liczba informacji 35 | Odbiorcami będzie min. 3500 osób - raport statystyczny | Styczeń-grudzień 2019r | 0,00 zł |
| mailingi | liczba mailingów/ newsletterów 8 | Odbiorcami będzie min. 100 osób – baza kontaktów odbiorców newslettera | Styczeń-grudzień 2019r | 20 zł(0,026zł/szt x 800maili) |
| szkolenia/warsztaty/eventy tematyczne | liczba godzin szkoleń/ warsztatów/ eventów tematycznych: 32 | Odbiorcami będzie: min. 48 osób, - listy obecności spotkań, szkoleń, wydarzeń/eventów | Styczeń-grudzień 2019r | 4740 zł – 3 szkolenia kosztowe, 1 bezkosztowo, prowadzone przez Dyrektora.Koszt składa się z wynagrodzenia trenera 8 x 100zł, cateringu śr. 12 osób x 35zł = 420zł, przerwa kawowa śr. 12 os x 20 zł = 240 zł, materiały szkoleniowe (w tym m.in. notesy, teczki, drukowane materiały, ) śr. 12 osób x 10 zł = 120zł = suma 1580 zł/szkolenie |
| materiały informacyjne (w tym: publikacje drukowane, e-publikacje, materiały instruktażowe) | liczba materiałów informacyjnych o różnej treści merytorycznej (m.in. typy działań animacyjnych w spol. Lokalnych, nowe kanały docierania do mieszkańców dla ngo) 2 | Odbiorcami będzie min. 50 osób - listy obecności spotkań, szkoleń, wydarzeń/eventów w czasie których dystrybuowane będą materiały | Styczeń-grudzień 2019r | 0 złwiększość materiałów będzie dystrybuowana elektronicznie |
|  |  | Spotkania networkingowe | Liczba spotkań 5 | Odbiorcami będzie min. 40 osób – listy obecności  | Styczeń-grudzień 2019r | 600zł (w skład wchodzi wynagrodzenie prowadzącego/eksperta) |
|  |  | Dyżury informacyjne | Liczba godzin 40 | Odbiorcami będzie min. 30 osób – listy obecności | Styczeń-grudzień 2019r | 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 2019r | 0,00 |
| ankieta satysfakcji ze szkoleń | liczba raportów 1 | Odbiorcami będzie min. 70 osób – raport z ankiet | Styczeń-grudzień 2019r | 0,00 |
| grupa dyskusyjna (warsztat refleksyjny) | liczba grup 1 | Odbiorcami będzie min. 8 osób – lista obecności | Styczeń-grudzień 2019r | 0,00 |
| ankieta online | liczba wypełnionych ankiet online 8 | Odbiorcami będzie min. 8 osób – raport z ankiet | Styczeń-grudzień 2019r | 0,00 |

Wskazane kwoty zostały oszacowane na postawie wydatków ujętych w specyfikacji Kosztów Bieżących i Animacji na lata 2017-2018 oraz planowanych na 2019r. 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 stanową integralną część ewaluacji zadań realizowanych przez LGD i ich efektów.