



## Plan komunikacji 2016-2022

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Wskaźniki	Efekty
I poł. 2016	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca działalności LGD Działania wpływające na wzrost zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły w prasie lokalnej, - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społecznościowych - nowi członkowie LGD - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 - liczba nowych członków LGD - 2 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD - 1	Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i o zasadach realizacji LSR i udzieleniu wsparcia - 1000
II poł. 2016	Budowanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców obszaru	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca realizacji głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - ulotki - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 1 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych - 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 - liczba wejść na stronę internetową - 400 - liczba przekazanych ulotek - 500 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD - 1	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i udzieleniu wsparcia - 1000
II poł. 2016	Informowanie potencjalnych beneficjentów o celach LSR, zasadach i kryteriach udzielania wsparcia oraz o typach operacji realizowanych z budżetu LSR	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - szkolenie nt. zasad i kryteriów udzielania wsparcia - ulotki - plakaty - promocja strony <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a> - wśród lokalnej społeczności	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 1 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych - 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 - liczba wejść na stronę internetową - 500 - liczba szkoleń - 1	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i udzieleniu wsparcia - 1500



I poł. 2017	Informowanie potencjalnych beneficjentów o celach LSR, zasadach i kryteriach udzielania wsparcia oraz o typach operacji realizowanych z budżetu LSR	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a>  - artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - plakaty - promocja strony <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a> wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a>	- liczba wywieszonych plakatów – 30 - liczba przekazanych ulotek – 500 - liczba działań promujących stronę <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a> – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a> – 5	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 1500
II poł. 2017	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca Działania wpływające na wzrost zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły w prasie lokalnej, - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społecznościowych - nowi członkowie LGD - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)	- liczba artykułów w prasie lokalnej – 2 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. – 4 - liczba nowych członków LGD – 4 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD – 1	Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i o zasadach realizacji LSR i udzielaniu wsparcia - 2000





II poł. 2017	Uzyskanie informacji o zasadach rozliczania operacji w ramach LSR przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów	- organizacja szkoleń na temat zasad i kryteriów wyboru i rozliczania operacji przez LGD - wsparcie doradcze w biurze LGD nt. zasad aplikowania oraz oceny i wyboru operacji przez LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- materiały szkoleniowe - prezentacje - plakaty - usługi doradcze w biurze LGD	- liczba szkoleń - 3 - liczba uczestników szkoleń - 60 - liczba przekazanych materiałów szkoleniowych - 60 - liczba plakatów - 20 - liczba udzielonych usług doradczych w biurze - 40	Liczba osób przeszkolonych - 60 Liczba osób/podmiotów, które skorzystały z doradztwa świadczonego w biurze LGD - 40
I poł. 2018	Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny pomocy świadczonej przez LGD w zakresie przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowanie	Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD w zakresie jakości pomocy świadczonej na etapie przygotowania wniosków o dofinansowanie	- wszyscy wnioskodawcy	- ankiety rozესane do wnioskodawców w formie elektronicznej lub przekazane osobiście	- liczba ankiet badających satysfakcję mieszkańców rozესanych lub przekazanych do wnioskodawców - 20	Liczba uzyskanych informacji zwrotnych nt. poziomu satysfakcji z usług doradczych i informacyjnych - 15
I poł. 2018	Podtrzymywanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców obszaru	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca realizacji głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - foldery - kubeczki promocyjne - długopisy promocyjne - promocja strony <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a> wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a>	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych - 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. - 4 - liczba wejść na stronę internetową - 700 - liczba kubeczków - 300 - liczba długopisów - 500 - liczba działań promujących stronę <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a> - 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a> - 5	Liczba osób poinformowanych o realizacji głównych założeń LSR - 2000



I poł. 2018	Informowanie potencjalnych beneficjentów o celach LSR, zasadach i kryteriach udzielania wsparcia oraz o typach operacji realizowanych z budżetu LSR	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)  - artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. – 4 - ulotki - promocja strony <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a> wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a>	- ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD - 1  - liczba artykułów w prasie lokalnej – 2 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. – 4 - liczba wejść na stronę internetową – 700 - liczba działań promujących stronę <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a> – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a> - 5	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i udzieleniu wsparcia - 2000
II poł. 2018	Uzyskanie informacji o zasadach rozliczania operacji w ramach LSR przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów	- organizacja szkoleń na temat zasad i kryteriów wyboru i rozliczania operacji przez LGD - wsparcie doradcze w biurze LGD nt. zasad aplikowania oraz oceny i wyboru operacji przez LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- materiały szkoleniowe - prezentacje - usługi doradcze w biurze LGD	- liczba szkoleń - 2 - liczba uczestników szkoleń - 40 - liczba przekazanych materiałów szkoleniowych - 40 - liczba udzielonych usług doradczych - 40	Liczba osób przeszkolonych – 60 Liczba osób/podmiotów, które skorzystały z doradztwa świadzonego w biurze LGD - 40
II poł. 2018	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca działalności LGD Działania wpływające na wzrost zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- artykuły w prasie lokalnej, - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społecznościowych - nowi członkowie LGD - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)	- liczba artykułów w prasie lokalnej - 2 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. – 4 - liczba nowych członków LGD – 4 - ilość inicjatyw własnych LGD lub z udziałem LGD – 1 - liczba przekazanych ulotek – 200	Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i o zasadach realizacji LSR i udzieleniu wsparcia - 2000





Fundusze Europejskie  
Program Regionalny



WOJEWÓDZTWO  
KUJAWSKO-POMORSKIE

Unia Europejska  
Europejski Fundusz Społeczny



II poł. 2018	Informowanie o stanie realizacji LSR, w tym o efektach zrealizowanych przez beneficjentów projektów	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- artykuły w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - artykuły na stronach internetowych oraz portalach społ. - promocja strony <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a> wśród lokalnej społeczności - aplikacja „Zadaj pytanie” na stronie <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a>	- liczba artykułów w prasie lokalnej – 1 - liczba ogłoszeń na tablicach w instytucjach publicznych – 4 - liczba ogłoszeń na stronach www i portalach społ. – 4 - liczba wejść na stronę internetową – 750 - liczba działań promujących stronę <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a> – 2 - liczba udzielonych odpowiedzi za pośrednictwem aplikacji „Zadaj pytanie” na stronie <a href="http://www.lgd.brodnica.pl">www.lgd.brodnica.pl</a> - 5	Liczba osób poinformowanych o stanie realizacji LSR i udzieleniu wsparcia - 2000
2019-2022	Informowanie potencjalnych beneficjentów o celach LSR, zasadach i kryteriach udzielania wsparcia oraz o typach operacji realizowanych z budżetu LSR	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- funkcjonowanie strony internetowej - ulotki	- liczba miesięcy funkcjonowania strony internetowej – 39 (6 500 odsłon) - liczba przekazanych ulotek- 500	Liczba osób poinformowanych o zasadach realizacji LSR i udzieleniu wsparcia - 7000
2019-2022	Podtrzymywanie pozytywnego wizerunku LSR wśród mieszkańców obszaru	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca realizacji głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru	- gadzety promocyjne - wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD) - funkcjonowanie strony internetowej	- gadzety promocyjne (150 szt.) - ilość zorganizowanych imprez promujących LSR – 1 (40 osób) - ilość wydarzeń, w których uczestniczy LGD – 7 - liczba miesięcy funkcjonowania strony internetowej – 39 (6 500 odsłon)	Liczba osób poinformowanych o stanie realizacji LSR i udzieleniu wsparcia - 6690
2019-2022	Zwiększenie zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca działalności LGD Działania wpływające na wzrost zaangażowania mieszkańców w działalność LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD	- wydarzenia informacyjno-promocyjne (inicjatywy własne lub wydarzenia z udziałem LGD)	- ilość zorganizowanych imprez promujących LSR – 1 (40 osób) - ilość wydarzeń, w których uczestniczy LGD – 7	Liczba osób poinformowanych o działalności LGD i o zasadach realizacji LSR i udzieleniu wsparcia - 7000



**Fundusze Europejskie**  
Program Regionalny



WOJEWÓDZTWO  
KUJAWSKO-POMORSKIE

**Unia Europejska**  
Europejski Fundusz Społeczny



2019-2022	Informowanie o stanie realizacji LSR, w tym o efektach zrealizowanych przez beneficjentów projektów	Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca głównych założeń LSR	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD w tym grupy defaworyzowane - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- funkcjonowanie strony internetowej	-liczba miesięcy funkcjonowania strony internetowej – 39 (6 500 odston)	Liczba osób poinformowanych o stanie realizacji LSR i udzieleniu wsparcia - 6500
2019-2022	Uzyskanie informacji o zasadach rozliczania operacji w ramach LSR przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów	- organizacja szkoleń informacyjnych na temat zasad i kryteriów wyboru i rozliczania operacji przez LGD - wsparcie doradcze w biurze LGD nt. zasad aplikowania oraz oceny i wyboru operacji przez LGD	- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD - wszyscy potencjalni wnioskodawcy	- materiały szkoleniowe - usługi doradcze w biurze LGD	- liczba szkoleń - 7 - liczba uczestników szkoleń - 70 - liczba przekazanych materiałów szkoleniowych - 70 - liczba udzielonych usług doradczych - 60	Liczba osób przeszkolonych - 70 Liczba osób/podmiotów, które skorzystały z doradztwa świadczonego w biurze LGD - 60

*Iwona Sugalska*

PREZES ZARZĄDU

*Maciej Bełlejewski*

WICEPREZES ZARZĄDU

Stowarzyszenie  
Lokalna Grupa Działania  
Miasia Brodnicy  
ul. Nad Drwecą 30, 87-300 Brodnica  
NIP: 874-17-28-889  
REGON 36343976600000