

Plan komunikacji Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania „Brama na Podlasie” na lata 2016-2023

Lp.	Nazwa działania	Cel	Grupy docelowe	Środki przekazu	Wskaźniki	Uwagi dotyczące określenia wskaźników	Termin
1	Kampania informacyjno-promocyjna nt. działalności LGD	I.	mieszkańcy LGD, w tym: - członkowie LGD - lokalni liderzy - przedsiębiorcy - organizacje pozarządowe - grupy defaworyzowane: osoby młode i starsze, bezrobotni, osoby zagrożone wykluczeniem społecznym i ubóstwem	- komunikaty na stronach internetowych i portalach społecznościowych	- 1 strona internetowa LGD - 1000 wejść rocznie - 1 portal społecznościowy LGD - 200 osób śledzących portal	Pomiar odbywać się będzie poprzez liczbę wejść na stronę oraz liczbę polubień portalu społecznościowego, oszacowany na podst. dotychczasowych obserwacji.	w sposób ciągły w okresie od 2016 do 2023
				- ogłoszenia w prasie	- 4 ogłoszenia w prasie - 16 135 osób, do których dotrą wszystkie ogłoszenia	Ogłoszenia w prasie lokalnej, obejmującej cały obszar LGD, zamieszczane będą przed naborami wniosków w pierwszych dwóch latach działalności LGD w celu zainicjowania działalności w nowym okresie programowania. Będą to wydawnictwa komercyjne (np. Gazeta Współczesna). Liczba odbiorców, oszacowana na podst. nakładu, wynoszącego min. 4 000 na numer	
				- broszury	- min. 29 broszur papierowych lub elektronicznych, drukowanych we własnym zakresie wedle zapotrzebowania m. in. na organizowane spotkania informacyjno-konsultacyjne, podczas doradztwa, dostępne w biurze LGD itp. - 5 380 osób które zapozna się z broszurami	Szacuje się, że z broszur skorzystają osoby uczestniczące w spotkaniach przed konkursami, w spotkaniach informacyjno-konsultacyjnych, a także osoby rocznie śledzące stronę internetową.	
				- spotkanie informacyjne dla Członków LGD	- 8 spotkań - 400 osób, które wezmą udział w w/w spotkaniach	Zaplanowano spotkanie Członków LGD min. 1 w roku, w każdym weźmie min. 50 osób, a zatem sumując we wszystkich spotkaniach udział weźmie 400 osób.	
				- spotkania informacyjno-konsultacyjne dla mieszkańców LGD	- 52 spotkania - 1 018 osób, które wezmą udział w spotkaniach informacyjno-konsultacyjnych - 1 005 osób zadowolonych ze	16 spotkań w roku (w każdej gminie z obszaru LGD) x 3 pełne (w 2019 4 spotkania) lata, na 1 spotkaniu średnio 15 osób, z czego 70% wyrazi pozytywną opinię z udziału w spotkaniach.	

					spotkań przeprowadzonych przez LGD		
2	Informowanie o warunkach korzystania ze środków w ramach wdrażania LSR	II.	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy, ngo, przedstawiciele jst, przedsiębiorcy, gr. defaworyzowane: osoby młode i starsze, bezrobotni, osoby zagrożone ubóstwem i wykluczeniem społecznym	- ogłoszenia w siedzibie, na stronie internetowej oraz portalu społecznościowym LGD	- 1 strona internetowa LGD - 1 000 wejść na stronę rocznie - 1 portal społecznościowy LGD - 200 osób śledzących portal	Pomiar odbywać się będzie poprzez liczbę wejść na stronę oraz liczbę polubień portalu społecznościowego, oszacowany na podst. dotychczasowych obserwacji.	w sposób ciągły w okresie od 2016 do 2022
				- spotkanie informacyjno-konsultacyjne	- 21 spotkań informacyjno-konsultacyjnych - 303 osoby, które weźmie udział w w/w spotkaniach - 299 osoby zadowolonych ze spotkań organizowanych przez LGD	Spotkania odbywać się będą zgodnie z zapotrzebowaniem ustalonym przez Biuro przed niektórymi naborami, na każdym obecnym będzie średnio. 10 osób, z czego 70% wyrazi pozytywną opinię z tego udziału. Dopuszcza się spotkania dotyczące kilku zakresów tematycznych w przypadku pokrywania się terminów ogłaszania naborów wniosków. W przypadku nieorganizowania spotkania przed naborem zamiennie odbędą się konsultacje indywidualne.	
				- konsultacje indywidualne	- 1 080 godzin doradztwa - 100 osób / podmiotów, którym udzielono indywidualnego doradztwa - 80 osób / podmiotów, które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa	Średnio 15 h/m-c x 72 m-cy= 1 080 h. Doradztwo (konkursowe i pozakonkursowe) świadczone na 3 etapach - ubiegania się o środki, wdrażania i rozliczenia operacji. Wartość docelowa oszacowana na podstawie analizy liczby ogłaszanych konkursów (ok. 20) i dostępności środków. Zaplanowano wsparcie dla min. 45 różnych podmiotów gospodarczych), 16 jst (w tym jednostki im podległe), a także ok. 20 organizacji społecznych (np. NGO, parafie), z czego 80% osób / podmiotów otrzyma wsparcie na realizację .	
3	Konsultacje dotyczące realizacji projektów współpracy	I. i II.	- członkowie LGD - mieszkańcy LGD - lokalni liderzy	- strona internetowa LGD - portal społecznościowy LGD	- 1 strona internetowa LGD - 1000 wejść na stronę rocznie - 1 portal społecznościowy LGD - 200 osób śledzących portal	Pomiar odbywać się będzie poprzez liczbę wejść na stronę oraz polubień portalu społecznościowego, oszacowany na podst. dotychczasowych obserwacji	w okresie od 2017 do 2021r.
				- spotkanie informacyjno-	- 5 spotkań - 150 osób, które wezmą	Konsultacje proj. współpracy odbędą się głównie na spotkaniach z członkami LGD	

				konsultacyjne	udział w ramach wszystkich spotkań		
4	Aktywizacja mieszkańców LGD	I. i II.	<ul style="list-style-type: none"> - mieszkańcy LGD - lokalni liderzy - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym w szczególności organizacje pozarządowe, przedstawiciele jst, przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane: osoby młode i starsze, osoby zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym 	<ul style="list-style-type: none"> - komunikaty na stronach internetowych i portalach społecznościowych - inicjatywa informacyjno-promocyjna (szkolenie, warsztaty, konferencja, wyjazd, targi, imprezy itp.) - broszury/ foldery - materiały promocyjne 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 strona internetowa LGD - 1 000 wejść na stronę rocznie - 1 portal społecznościowy LGD - 200 osób śledzących portal - 91 inicjatyw (spotkania tematyczne, dot. np. walki z wykluczeniem społecznym; imprezy promocyjne, wyjazdy studyjne, forum NGO, itp.) - 7 700 osób które wezmą udział w w/w inicjatywach - 3 publikacje - 7 000 egz. publikacji - 7 000 osób, które zapoznają się z w/w publikacjami - 6 kompletów materiałów - 6 000 osób, do których dotrą materiały promocyjne 	<p>Pomiar odbywać się będzie poprzez liczbę wejść na stronę oraz liczbę polubień portalu społecznościowego, oszacowany na podst. dotychczasowych obserwacji</p> <p>W ramach 7 lat akcji informacyjno-aktywizującej zaplanowano realizację średnio 13 inicjatyw w roku. Liczbę odbiorców oszacowano w sposób uśredniony, na podstawie dotychczasowych dośw.: rocznie ok. 1100 odbiorców wszystkich w/w działań</p> <p>Zaplanowano wydanie min. 3 folderów informujących o LGD i wdrażaniu LSR, a jednocześnie aktywizujących lokalną społeczność</p> <p>W okresie od 2016r. do 2021r. zakupione zostaną rokrocznie materiały promocyjne, łącznie 6 zestawów, ilość odbiorców w oparciu o dotychczasowe doświadczenia szacuje się 1000 os. na komplet.</p>	w sposób ciągły w okresie od 2016 do 2022
5	Baza dobrych praktyk	II.	<ul style="list-style-type: none"> - mieszkańcy LGD - przedsiębiorcy - ngo - grupy defaworyzowane: osoby młode i starsze, bezrobotni, osoby zagrożone wykluczeniem społecznym i ubóstwem 	<ul style="list-style-type: none"> - strona internetowa LGD - portal społecznościowy LGD 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 zakładka na stronie internetowej LGD - 1 000 wejść na stronę rocznie - 1 portal społecznościowy LGD - 200 osób śledzących portal 	<p>Pomiar odbywać się będzie poprzez liczbę wejść na stronę oraz liczbę polubień portalu społecznościowego, oszacowany na podst. dotychczasowych obserwacji</p>	w sposób ciągły w okresie od 2017 do 2021
6	Badanie własne dotyczące efektywności prowadzonych działań, w szczególności informacyjnych, aktywizujących	III.	<ul style="list-style-type: none"> - wnioskodawcy - mieszkańcy - członkowie LGD 	<ul style="list-style-type: none"> - ankiety papierowe i elektroniczne - wywiady - formularz na stronie internetowej - analiza dokumentów 	<ul style="list-style-type: none"> - 3 raporty ewaluacyjne, - 3 000 osób, do których dotrą wyniki w/w badań - 388 ankiet - 388 osób wyrażających swą opinię we wszystkich ankietach 	<p>Na podstawie wyników przeprowadzonych badań, opracowany zostanie raport ewaluacyjny. Każdy z nich dotrze do 1 000 osób, śledzących rocznie stronę LGD.</p>	I półrocze lat 2017/2018/2019/2020/2021/2022

	i doradczych						
7	Ocena działalności LGD	III.	<ul style="list-style-type: none"> - mieszkańcy - wnioskodawcy - członkowie LGD 	<ul style="list-style-type: none"> - ankiety - wywiady - formularz na stronie internetowej - analiza dokumentów 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 raport ewaluacyjny - 1000 osób, do których dotrą wyniki badań - 200 ankiet - 200 osób wyrażających swą opinię w ankiecie 	<p>Na podstawie wyników przeprowadzonych ankiet, od min. 200 osób, opracowany zostanie raport ewaluacyjny, który dotrze do 1000 osób, śledzących rocznie stronę LGD. Ewaluacja zostanie zlecona firmie zewnętrznej.</p>	I półrocze 2023