



Fundusze Europejskie
dla Małopolski



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

Prezentacja **głównych celów** i przesłanek leżących u podstaw opracowania Planu komunikacji z lokalną społecznością.

Cel i przesłanki:

1. Poinformowanie o realizacji i zakresie LSR – rozpoczęcie wdrażania LSR.
2. Włączenie mieszkańców obszaru LGD, zwłaszcza grup w niekorzystnej sytuacji do realizacji LSR – możliwości uzyskania dofinansowania do realizacji projektów.
3. Podniesienie jakości składanych i realizowanych operacji – poprawa efektywności inwestowania środków.

Potencjał społeczności lokalnej jest jednym z aspektów wartości dodanej. Systematyczne rozwijanie oraz tworzenie aktywnego uczestnictwa społeczności lokalnych w bieżącym wdrażaniu oraz kreowaniu LSR, może przyczynić się w znacznym stopniu do osiągnięcia założonych celów, a przez to do rozwoju całego obszaru. Głównym czynnikiem warunkującym skuteczne zaangażowanie społeczności lokalnej w realizację LSR jest obustronna komunikacja. Strategia ma charakter partycypacyjny, dlatego szeroko rozumiany udział mieszkańców z obszarów działań objętych LGD jest bardzo ważny zarówno podczas sporządzania dokumentu, ale również w trakcie jego wdrażania. Narzędzia służące do komunikacji między LGD a społecznością lokalną powinny w sposób łatwy i konkretny informować mieszkańców o działalności LGD, a także umożliwiać pozyskiwanie informacji zwrotnych od lokalnych społeczności.

Celem głównym Planu komunikacji Strategii Rozwoju Lokalnego Kierowanego przez Społeczność na lata 2023–2027 jest wspieranie realizacji celów zawartych w LSR, przez zachęcenie potencjalnych beneficjentów oraz mieszkańców obszaru LGD do korzystania z Funduszy Europejskich, dzięki dostarczaniu im odpowiednich informacji o zasadach i kryteriach udzielania wsparcia z budżetu LSR, motywowanie projektodawców oraz wspieranie edukacji, co do właściwej realizacji projektów, a także rozpowszechniania wiedzy o projektach dotychczas realizowanych na obszarze LGD.

Opis **działań komunikacyjnych i grup docelowych** oraz **środków przekazu**, w tym **działań podejmowanych w przypadku problemów z realizacją LSR**, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD itd.

Grupy docelowe, do których kierowane będą poszczególne działania komunikacyjne wynikają z zapisanych w LSR celów i przedsięwzięć oraz z charakteru poszczególnych operacji. Na tej podstawie wyodrębniono następujące grupy docelowe, do których będą skierowane działania promocyjne planu komunikacji:

- mieszkańcy obszaru LGD, ponieważ LSR powinna realizować cele służące zaspokajaniu potrzeb lokalnej społeczności.
- Przedsiębiorców – jednym z głównych celów realizacji Strategii jest rozwój lokalnej gospodarki poprzez tworzenie miejsc pracy i rozwój lokalnych przedsiębiorców, dlatego podejmowane działania komunikacyjne będą kierowane szczególnie również do tej grupy.

- Niepełnosprawni – z analiz ankiet jak również spotkań podczas powstawania LSR mieszkańcy wskazali również tę grupę społeczeństwa jako pomijaną. Jako osoby niepełnosprawne są niejako wyłączone ze społeczeństwa. Działania skierowane do tej grupy będą miały szerszy zakres. Głównymi środkami komunikacji z tą grupą będą strona internetowa LGD, portale społecznościowe, spotkania. Dostosowane zostaną treści do ich potrzeb.

- Dzieci, młodzież i osoby młode do 25 roku życia– Grupa ta ze względu na swój charakter na ogromne problemy z zagospodarowaniem wolnego czasu. Przyczyną tego jest brak odpowiedniej infrastruktury sportowo – rekreacyjnej, która potrafiła, by czas wolny uzupełnić. Grupa ta nie będzie bezpośrednim beneficjentem projektów, ale pośrednio będzie uczestniczyła we wdrażaniu środków z UE. Głównymi środkami komunikacji z tą grupą będą strona internetowa LGD, portale społecznościowe.

- Beneficjenci i potencjalni beneficjenci - Działania wobec tej grupy docelowej będą skoncentrowane na zamkniętym katalogu podmiotów, uprawnionych do korzystania z dofinansowania i będą dotyczyły przekazywania wiedzy niezbędnej do właściwego realizowania projektów. Działania te będą prowadzone w formie szkoleń, spotkań informacyjnych, konsultacji itd. Pod pojęciem beneficjentów i potencjalnych beneficjentów rozumie się m.in.: partnerzy społeczno-gospodarczy, w tym organizacje pozarządowe, przedsiębiorstwa, osoby fizyczne a w szczególności osoby w niekorzystnej sytuacji.

Działania komunikacyjne oraz odpowiadające im środki przekazu z uwzględnieniem różnorodnych rozwiązań komunikacyjnych, których atrakcyjność i stopień innowacyjności dostosowane będą do poszczególnych grup adresatów LGD. W celu zwiększenia identyfikacji dostępnych środków, podniesienia społecznej świadomości na temat Programu oraz wsparcia ze środków unijnych, jak również poinformowania m.in. o zasadach udzielania wsparcia, jego przeznaczeniu i odbiorcach, w tym o potencjalnych możliwościach i spodziewanych korzyściach, ale także wsparcia beneficjentów w procesie realizacji projektów, w wieloletnim Planie komunikacji zaplanowano następujące rodzaje działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych.

Portale internetowe – biura LGD oraz podmiotów wchodzących w skład LGD, a także portale społecznościowe. Ten środek komunikacji posłuży nam do bieżącego informowania, np. o terminach naboru wniosków, planowanych konkursach; rodzajach i wysokości wsparcia projektów, etc. Wszystkie informacje udostępniane na portalach internetowych będą miały formę przejrzystą i zrozumiałą dla każdego potencjalnego beneficjenta. Dla tego działania obrano następujące narzędzia komunikacyjne: strona internetowa LGD oraz fanpage na Facebook. Dodatkowo wykorzystywane zostaną strony internetowe gmin członkowskich.

Wydarzenia promocyjne – do tego narzędzia zaliczone zostały wszystkie działania mające charakter promocyjno-informacyjny, skierowane do szerokiej opinii społecznej; imprezy zewnętrzne.

Spotkania informacyjne – Szeroko rozumiane szkolenia są instrumentem pozwalającym na przekazanie wiedzy, umiejętności, zmianę przekonań oraz wskazanie prawidłowego sposobu działania. Dobre zastosowanie narzędzi szkoleniowych wymaga jasno określonych celów szkoleniowych oraz analizy potrzeb grupy docelowej. LGD zobowiązane jest do zapewnienia beneficjentom, potencjalnym beneficjentom oraz partnerom społeczno-gospodarczym pełnej informacji, koniecznej do aplikowania i rozliczania projektów, w tym informacji dotyczących procesu i zasad aplikowania o środki, sposobu rozliczania projektów oraz wiedzy specjalistycznej dotyczącej np. pomocy publicznej. Wszystkie działania szkoleniowe będą oceniane pod względem, jakości dostarczanej informacji oraz sposobu przeprowadzenia spotkania, w formie analizy kwestionariuszowej pozwalającej na stworzenie raportu z każdego szkolenia.

Działania szkoleniowe wobec beneficjentów i potencjalnych beneficjentów mają na celu:

- wzrost wiedzy beneficjentów i tym samym zwiększenie ilości oraz podniesienie, jakości składanych aplikacji,
- aktywizację potencjalnych beneficjentów,
- przekazanie specjalistycznej wiedzy koniecznej do realizacji projektów,

Publikacje informacyjne - LGD odpowiada za publikację pakietu (elektronicznego) niezbędnych do zapewnienia skuteczności działań informacyjno-promocyjnych. Wszystkie publikacje będą dostosowane do spójnego systemu wizualizacji zgodnego z programem. W ramach tego narzędzia LGD zapewni, co najmniej w wersji elektronicznej, publikację: wytycznych dla beneficjentów, wzorów wniosków, zasad realizacji i rozliczania projektów.

Opis zakładanych **wskaźników realizacji działań komunikacyjnych** oraz **efektów działań komunikacyjnych**.

Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych zostały dostosowane do wybranych metod komunikacji w taki sposób aby móc monitorować ich skuteczność. Wśród wskaźników znalazły się artykuły na stronach, które pozwolą na monitorowanie skuteczności działań informacyjnych o realizacji LSR. Liczba beneficjentów pozwoli monitorować skuteczność doradztwa prowadzonego przez LGD. Liczba ankiet pozwoli ocenić jakość prowadzonego doradztwa w oczach beneficjentów. Liczba konsultacji pozwoli na monitorowanie otwartości Zarządu LGD na inicjatywy członków LGD. Pozwoli to ocenić efektywność animacji do innowacji i partnerstwa. Liczba szkoleń pozwoli ocenić efektywność działań LGD skierowaną na zwiększenie zaangażowania członków i beneficjentów w funkcjonowanie LGD.

Efektem działań komunikacyjnych będzie zwiększenie zaangażowania członków LGD oraz mieszkańców w życie obszaru. Ponadto działania komunikacyjne przyczynią się do zwiększenia zainteresowania realizacją projektów w partnerstwie oraz innowacyjnych, a tym samym na skuteczniejszą realizację przedsięwzięć oraz podniesienie innowacyjności obszaru. Działania komunikacyjne wpłyną również na jakość składanych wniosków przez Beneficjentów, co przełoży się na efektywniejsze wykorzystanie środków na wdrażanie LSR.

Zastosowane w powyższym dokumencie działania komunikacyjne mają dwukierunkowy charakter: zarówno przekazują informację z LGD do otoczenia, jak i pozyskują potrzebne informacje od odbiorców. Niniejszy plan komunikacji, oprócz zastosowania formalnych działań komunikacyjnych (zaplanowanych z wyprzedzeniem, których celem jest wywołanie pożądanых reakcji aktualnych i potencjalnych klientów) zakłada również zastosowanie promocji nieformalnej. Promocja nieformalna składa się natomiast z działań zwykle nieplanowanych, realizowanych przez członków i pracowników LGD, niosących różne komunikaty do otoczenia „niejako przy okazji” podczas wykonywania swoich obowiązków. Świadoma realizacja działań nieformalnych jest bardzo istotna, gdyż przynosi często większy skutek wizerunkowy dla LGD, dzięki różnym kontaktom. Dlatego wśród grup odbiorców przy wszystkich celach komunikacyjnych omawianego dokumentu zostali uwzględnieni członkowie LGD. Nawet, gdy nie stanowią oni bezpośredniej grupy odbiorców formalnych działań komunikacyjnych i tak będą informowani o wszystkich działaniach podejmowanych przez LGD, aby poprzez spotęgowanie w nich odczucia przynależności do stowarzyszenia, wpływali na wzrost rozpoznawalności marki LGD na obszarze.

Konkretne działania, nastawione na lokalną społeczność mają zwiększyć zaangażowanie mieszkańców w działania prowadzone przez LGD, przez co może zwiększyć się liczba zrealizowanych inwestycji oraz podnieść poziom konkurencyjności i atrakcyjności obszaru LGD.

Opis sposobu, w jaki będzie analizowana **efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu** (w tym tryb korygowania planu komunikacji).

Zastosowane w planie komunikacji środki przekazu zostały wybrane w taki sposób, aby w pełni odpowiadać na najnowsze trendy marketingowe oraz oczekiwania grup odbiorców przypisanych do poszczególnych celów i działań komunikacji. Podczas wyboru środków komunikacji w niniejszym opracowaniu brano również pod uwagę marketing, który w naszym wydaniu polega m.in. na skupieniu się na promocji online ale również na kontakcie bezpośrednim. Ponadto systematyczne prezentowanie aktualnych, atrakcyjnych oraz zrozumiałych i czytelnych komunikatów, pozwoli na utrzymywanie dotychczasowych odbiorców oraz pozyskiwanie nowych.

Monitorowanie efektywności planu komunikacji będzie odbywać się w sposób ciągły, a aktualne informacje na ten temat będą publikowane na stronie internetowej LGD. W planie komunikacji są przewidziane działania, które będą miały na celu pozyskanie informacji od przedstawicieli poszczególnych grup docelowych o funkcjonowaniu LGD oraz realizacji LSR. Informacje te będą zbierane w formie komunikacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem wprowadzenia ewentualnych korekt dotyczących np. szkolenia osób udzielających pomocy w ramach działań LGD, dotyczących np. komunikacji interpersonalnej czy szkoleń związanych z udzielaniem pomocy w pisaniu wniosków aplikacyjnych. Przeprowadzona dokładna analiza pozwoli, zarządzającym procesem wdrażania LSR, na bieżąco obserwować poziom zgodności bieżących działań z celami określonymi w Strategii i ewentualnie podejmować decyzje o zmianach w sposobie działania lub jeśli będzie to konieczne, nawet przeprowadzać zmiany w LSR.

W przypadku problemów z realizacją LSR, działania informacyjne będą ukierunkowane na grupę docelową, tak aby dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców. Przede wszystkim publikowane będą informacje w mediach społecznościowych, na stronach internetowych gmin oraz podczas wydarzenia organizowanego przez LGD.

Indykacyjny **budżet** przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem **głównych kategorii wydatków - przy założeniu minimalizacji wydatków na gadzety reklamowe oraz publikacji wymagających druku.**

Budżet **1 000 EUR**

Główne kategorie budżetu – organizacja wydarzeń informacyjnych na obszarze LGD (1 spotkanie)

Termin rok	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego – grupa docelowa	Środki przekazu	Planowane do osiągnięcia wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego	Planowane efekty działania komunikacyjnego	Planowany budżet działania komunikacyjnego ze wskazaniem głównych kategorii wydatków oraz źródła finansowania (fundusz: EFRROW, EFRR, EFS+).
2024	Poinformowanie o realizacji i zakresie LSR	Otwarcie realizacji LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	Artykuł na stronach gmin członkowskich	Liczba artykułów - 1	Zainteresowanie mieszkańców możliwościami jakie stwarza LSR i zachęcenie do udziału w jej wdrażaniu.	-
				Artykuł na stronie www. LGD	Liczba artykułów - 1		
				Artykuł w mediach obejmujących zasięgiem obszar LGD	Liczba artykułów - 1		
				Doradztwo bezpośrednio w biurze/ punkcie LGD	Liczba osób - 15		
2025	Informowanie o realizacji i zakresie LSR	Kampania informacyjna o LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	Udział w wydarzeniu ogólnodostępnym	Liczba wydarzeń - 1	Zainteresowanie mieszkańców możliwościami jakie stwarza LSR i	-
				Folder LSR w skrócie (elektroniczny)	Liczba folderów - 1		-

				Regularny, powtarzalny dyżur doradcy 1 dzień w miesiącu przez 2h w biurze/ punkcie konsultacyjnym LGD	Rejestr doradztwa -15	zachęcenie do udziału w jej wdrażaniu. Wykreowanie ciekawych projektów / pomysłów możliwych do wdrożenia	-
				Artykuł na stronie internetowej LGD	Liczba artykułów - 1		-
				Artykuł na profilu społecznościowym LGD	Liczba artykułów - 1		-
	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach konkursu, interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych) oraz zasad korzystania z doradztwa świadczonego przez pracowników biura LGD	Spotkanie informacyjne przed naborem wniosków	Potencjalni beneficjenci	Prezentacja podczas spotkania stacjonarnie lub on-line; dyskusja	Liczba spotkań - 1	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	-
	Przeprowadzenie konsultacji indywidualnych z wnioskodawcami/ beneficjentami oraz podniesienie jakości składanych i realizowanych operacji	Konsultacje podczas przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowania	Wszyscy beneficjenci	Doradztwo bezpośrednio w siedzibie / punkcie konsultacyjnym LGD	Rejestr doradztwa - 10	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	-
				Konsultacje mailowe Konsultacje telefoniczne			
	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. Jakości i sposobów doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków, realizacji i rozliczenia	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD oraz jakości stosowanych metod komunikacyjnych i animacyjnych	Beneficjenci, potencjalni beneficjenci	Ankieta po przeprowadzeniu doradztwa	Raport z badania ankiet - 1	Uzyskanie wiedzy na temat jakości usług doradztwa i komunikacji w celu, np. Dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności i metod komunikacji	-

	Zwiększenie liczby inicjatyw zgłaszanych przez członków dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR.	Zaangażowanie członków	Członkowie LGD	Formularz inicjatyw	Rejestr inicjatyw - 1	Wzrost efektów realizacji LSR. Zbudowanie bazy inicjatyw dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR	-
2026	Informowanie o realizacji i zakresie LSR lub Przeprowadzenie konsultacji indywidualnych z wnioskodawcami/beneficjentami	Kampania informacyjna o LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	Regularny, powtarzalny dyżur doradcy 1 dzień w miesiącu przez 1h w biurze	Rejestr doradztwa -15	Zainteresowanie mieszkańców możliwościami jakie stwarza LSR i zachęcenie do udziału w jej wdrażaniu. Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	-
				Doradztwo bezpośrednio w siedzibie / punkcie konsultacyjnym LGD			
				Konsultacje mailowe			
				Konsultacje telefoniczne			
				Artykuł na stronie internetowej LGD	Liczba artykułów - 1		-
				Artykuł na profilu społecznościowym LGD	Liczba artykułów - 1		-
	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach konkursu, interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych) oraz zasad korzystania z doradztwa świadczonego przez pracowników biura LGD	Spotkanie informacyjne przed naborem wniosków	Potencjalni beneficjenci	Prezentacja podczas spotkania stacjonarnie lub on-line; dyskusja	Liczba spotkań - 1	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	-
	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. Jakości i sposobów doradztwa świadczonego przez LGD na etapie	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego	Beneficjenci, potencjalni beneficjenci	Ankieta po przeprowadzeniu doradztwa	Raport z badania ankiet - 1	Uzyskanie wiedzy na temat jakości usług doradztwa i komunikacji w celu, np. Dodatkowego przeszkolenia osób	-

	przygotowania wniosków, realizacji i rozliczenia	przez LGD oraz jakości stosowanych metod komunikacyjnych i animacyjnych				udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności i metod komunikacji	
	Zwiększenie liczby inicjatyw zgłaszanych przez członków dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR.	Zaangażowanie członków	Członkowie LGD	Formularz inicjatyw	Rejestr inicjatyw - 1	Wzrost efektów realizacji LSR. Zbudowanie bazy inicjatyw dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR	-
	Zweryfikowanie i skorygowanie LSR, w tym Planu komunikacji, w związku z problemami z jej realizacją i / lub niskim poparciem społecznym dla realizowanych działań, w przypadku stwierdzenia zaistniałej sytuacji przez Zarząd	Działanie naprawcze LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	Badanie ankietowe min. 0,2% mieszkańców, minimum 60 osób	Sytuacja - 1	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów dla rozwoju obszaru. Poprawa efektywności komunikowania się z mieszkańcami w zakresie realizacji LSR – ewentualna korekta Planu komunikacji	-
2027	Informowanie o realizacji i zakresie LSR lub Przeprowadzenie konsultacji indywidualnych z wnioskodawcami/ beneficjentami	Kampania informacyjna o LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	Udział w wydarzeniu ogólnodostępnym	Liczba wydarzeń - 1	Zainteresowanie mieszkańców możliwościami jakie stwarza LSR i zachęcenie do udziału w jej wdrażaniu. Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	1 000 EUR (kategoria kosztu: organizacja wydarzenia), (źródła finansowania fundusz: EFRROW)
				Regularny, powtarzalny dyżur doradcy 1 dzień w miesiącu przez 1h w biurze	Rejestr doradztwa - 15		-
				Doradztwo bezpośrednie w siedzibie / punkcie konsultacyjnym LGD			
				Konsultacje mailowe			
				Konsultacje telefoniczne			
				Artykuł na stronie internetowej LGD	Liczba artykułów - 1		-

				Artykuł na profilu społecznościowym LGD	Liczba artykułów - 1		-
	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach konkursu, interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych) oraz zasad korzystania z doradztwa świadczonego przez pracowników biura LGD	Spotkanie informacyjne przed naborem wniosków	Potencjalni beneficjenci	Prezentacja podczas spotkania stacjonarnie lub on-line; dyskusja	Liczba spotkań - 1	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	-
	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. Jakości i sposobów doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków, realizacji i rozliczenia	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD oraz jakości stosowanych metod komunikacyjnych i animacyjnych	Beneficjenci, potencjalni beneficjenci	Ankieta po przeprowadzeniu doradztwa	Raport z badania ankiet - 1	Uzyskanie wiedzy na temat jakości usług doradztwa i komunikacji w celu, np. Dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności i metod komunikacji	-
2028	Informowanie o realizacji i zakresie LSR lub Przeprowadzenie konsultacji indywidualnych z wnioskodawcami/beneficjentami	Kampania informacyjna o LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	Konsultacje bezpośrednio w siedzibie LGD	Rejestr doradztwa -10	Zainteresowanie mieszkańców możliwościami jakie stwarza LSR i zachęcenie do udziału w jej wdrażaniu. Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	-
				Konsultacje mailowe			-
				Konsultacje telefoniczne			-
	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. Jakości i sposobów doradztwa świadczonego przez LGD na etapie	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego	Beneficjenci, potencjalni beneficjenci	Ankieta po przeprowadzeniu doradztwa	Raport z badania ankiet - 1	Uzyskanie wiedzy na temat jakości usług doradztwa i komunikacji w celu, np. Dodatkowego przeszkolenia osób	

	przygotowania wniosków, realizacji i rozliczenia	przez LGD oraz jakości stosowanych metod komunikacyjnych i animacyjnych				udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności i metod komunikacji	
2029	Poinformowanie o efektach realizacji LSR	Zakończenie realizacji LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	Artykuł na stronach gmin członkowskich	Liczba artykułów - 1	Utrwalenie wiedzy w zakresie efektów wdrożenia LSR	-
				Artykuł w mediach obejmujących zasięgiem obszar LGD	Liczba artykułów - 1		-