

## Plan komunikacji – projekt

Aby Lokalna Grupa Działania mogła prawidłowo realizować założone cele w ramach Lokalnej Strategii Rozwoju, musi podjąć kroki w celu rozpowszechnienia informacji o możliwościach wsparcia przewidzianych w LSR wśród potencjalnych Beneficjentów. Planowane działania mają na celu skutecznie zachęcić i wzbudzić zainteresowanie potencjalnych Beneficjentów do aplikowania o środki w ramach Funduszy Europejskich, zwiększając przy tym liczbę zrealizowanych inwestycji, a tym samym wzmacniając konkurencyjność i atrakcyjność obszaru Lokalnej Grupy Działania.

### Główne cele działań komunikacyjnych:

1. Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców (wybranej grupy docelowej, osób w niekorzystnej sytuacji lub ogółu społeczeństwa) o Lokalnej Strategii Rozwoju, jej głównych celach i zasadach przyznawania dofinansowania oraz o typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR;
2. Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o najbliższych terminach naborów, zakresie i warunkach wsparcia oraz o typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia z budżetu LSR w ramach zbliżających się naborów;
3. Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR;
4. Informowanie o stanie realizacji LSR, w tym o stopniu osiągnięcia celów i wskaźników, wyniki bieżącego monitoringu i działań ewaluacyjnych;
5. Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy - badanie pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie;
6. Zwiększenie poziomu świadomości i wiedzy mieszkańców na temat korzyści z członkostwa w Unii Europejskiej dla gmin obszaru LGD, uzyskiwanych dzięki napływowi Funduszy Europejskich oraz pozytywnego wizerunku LGD jako obszaru efektywnie wykorzystującego szanse stwarzane przez członkostwo Polski w Unii Europejskiej;

Działania, które LGD wykorzysta w Planie Komunikacji zapewniają interakcję i aktywizację mieszkańców, w szczególności osób w niekorzystnej sytuacji, gwarantują możliwie szeroki udział społeczności lokalnej i co do zasady są otwarte. Działania komunikacyjne są dostosowane do grup docelowych, w taki sposób, aby były skuteczne i efektywne oraz zapewniały informację zwrotną. Takie działania wpłyną jednocześnie na wzrost lokalnego kapitału społecznego, powstającego w warunkach wzajemnego zaufania, w wyniku wspólnych działań, wzajemnych interakcji i aktywnej współpracy różnych osób. Kilkuletnią mobilizację i aktywność społeczną LGD zamierza utrzymać poprzez różnorodne, intensywne oraz długofalowe działania informacyjno-promocyjne mające również charakter edukacyjny.

### Działania komunikacyjne oraz odpowiadające im środki przekazu uwzględniające różnorodne rozwiązania komunikacyjne:

- Kampania informacyjna - poziom różnorodności środków przekazu zależy od treści merytorycznej kampanii.
- Konferencja/spotkanie informacyjne połączone z dyskusją – jednodniowe, interakcyjne prezentacje pracowników Biura LGD i/lub członków organu decyzyjnego i/lub członków zarządu LGD, prezentacje podmiotów zewnętrznych, zaproszonych gości. Dotyczyć będą dobrych praktyk.
- Warsztaty partycypacyjne - działanie, polegające na stałym kontakcie ze wszystkimi sektorami partnerstwa i mieszkańcami poprzez spotkania bezpośrednie (przy okazji organizowanych wydarzeń, w biurze), a także możliwości kontaktu telefonicznego, mailowego w sprawach związanych z wdrażaniem LSR i realizowaniem operacji oraz wypracowania wspólnej wizji, wraz z działaniami ją realizującymi.

- Punkt konsultacyjny w biurze LGD - spotkanie potencjalnego Wnioskodawcy oraz beneficjenta pomocy w zakresie doradztwa pod kątem przygotowania i rozliczenia operacji. Pracownicy Biura LGD na bieżąco udzielają informacji.
- Badanie satysfakcji wnioskodawców LGD – Zebrane odpowiedzi ankietowe będą stanowiły podstawę analizy poziomu satysfakcji oraz pozwalają ocenić potrzeby wnioskodawców i ustalić czynniki kształtujących poziom satysfakcji.
- Szkolenia tematyczne – dot. np. możliwości pozyskiwania, rozliczania funduszy, realizacji operacji, porad w zakresie popełnianych błędów. Jest to działanie, w którym - poza podstawowym szkoleniem – uczestniczyć będą zaproszone do debaty osoby - przedstawiciele różnych grup osób w niekorzystnej sytuacji - którym udało się pozyskać środki na swoje działania oraz osoby z ww. grup, którym nie udało się otrzymać dofinansowań. Osoby te wymieniają się z mieszkańcami swoim doświadczeniem, uwagami i spostrzeżeniami, które zostaną podczas szkolenia zweryfikowane z bieżącymi kryteriami przez pracowników biura LGD.
- Kawiarenka obywatelska – spotkanie przy kawie i cięście, organizowane np. w bibliotece, dotyczące np. zasad przyznawania pomocy, realizacji operacji zgodnie z obowiązującymi przepisami, porad w zakresie popełnianych błędów w związku z rozliczaniem operacji przez beneficjentów. Jest to działanie szczególnie aktywizacyjne, nastawione na dialog. Kawiarenka stanowi miejsce mające inspirować uczestników do działania, wymiany doświadczeń, opinii i dobrych praktyk. Służy także poznaniu się uczestników, dając przestrzeń do nawiązania współpracy.
- Zgłoszenie obywatelskie – formularz zgłoszeń wniosków/sugestii dostępny w formie elektronicznej oraz papierowej.

W procesie komunikacji należy wyróżnić trzy podstawowe grupy odbiorców:

- Beneficjenci (Projektodawcy) LSR,
- Potencjalni Beneficjenci LSR,
- Ogół społeczeństwa

Wnioskodawcy/Beneficjenci (projektodawcy) LSR - są to osoby/podmioty, które złożyły już swoje projekty w ramach ogłoszonych konkursów przez LGD lub są już na etapie wdrażania projektu i jego rozliczania. Komunikat kierowany do tej grupy odbiorców musi być najbardziej rozbudowany i specjalistyczny, a jednocześnie powinien odpowiednio aktywizować Beneficjenta, motywować do dalszego działania, w tym składania wniosków w kolejnych naborach. Informacja zwrotna od tej grupy odbiorców, w tym ich opinia na temat realizacji LSR będzie uzyskiwana podczas bezpośredniego kontaktu z Biurem Projektu oraz poprzez ankiety on-line lub wysyłane na adres e-mail Beneficjentów.

Potencjalni wnioskodawcy/beneficjenci LSR - to do nich kierowana będzie większość działań komunikacyjnych. Informacja kierowana do tych grup powinna mieć przede wszystkim charakter motywujący do składania wniosków w konkursach oraz udziału w spotkaniach aktywizacyjnych i szkoleniowych. Opinia tej grupy na temat LSR będzie się kształtowała w pierwszej kolejności na podstawie organizowanych kampanii informacyjnych, spotkań/konferencji czy szkoleń, jak również na podstawie bezpośrednich kontaktów z pracownikami Biura LGD. Potencjalni Beneficjenci to m. in.:

- mieszkańcy obszaru wdrażania LSR, w tym osoby w niekorzystnej sytuacji
- przedsiębiorcy (mikro i małe przedsiębiorstwa)
- organizacje pozarządowe
- jednostki samorządów terytorialnych oraz ich związki i jednostki organizacyjne
- jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej, którym ustawy przyznają zdolność prawną (np. koła gospodyń wiejskich działające w ramach kółek rolniczych, grupy nieformalne)

Do grup osób w niekorzystnej sytuacji na obszarze działania LGD zaliczamy:

- osoby do 25 roku życia
- osoby po 60 roku życia
- **kobiety**

Dotarcie do grup osób w niekorzystnej sytuacji będzie następowało wszelkimi możliwymi kanałami, dla poszczególnych grup odpowiednio:

- osoby do 25 roku życia - strona www i fanpage LGD, strony www Urzędów Gmin i portale społecznościowe gmin, ogłoszenia gminne w typowych miejscach dla ludzi młodych np. na orliku, przy siłowniach zewnętrznych, w barach, kawiarniach, restauracjach;
- osoby po 60 roku życia - głównie poprzez klub seniora, GOK, MOKSiR, OK, ogłoszenia parafialne, uniwersytety trzeciego wieku, strony www Urzędów Gmin, plakaty na przystankach autobusowych;
- **kobiety - KGW, strona www i fanpage LGD, strony www Urzędów Gmin i portale społecznościowe gmin, plakaty przy szkołach, przedszkolach;**

Głównym i najskuteczniejszym źródłem informowanie mieszkańców o działaniach realizowanych przez LGD „Dolina Soły” jest Internet – strona internetowa <http://www.dolinasoly.eu/>, strony internetowe poszczególnych gmin oraz portal społecznościowy: facebook.com, a także rozpowszechnianie informacji za pomocą poczty elektronicznej. Tymi narzędziami LGD w dalszym czasie będzie docierało do mieszkańców. Do każdej z tej grupy można dotrzeć również przez:

- ogłoszenia w prasie lokalnej,
- ogłoszenia na gminnych tablicach ogłoszeń oraz w punktach zgromadzeń np. w sklepie, na przystanku autobusowym,
- lokalnych aktywistów,
- zebrania wiejskie

Doskonałym od lat narzędziem przekazu informacji na wsi, który będzie wykorzystywany przez LGD jest poczta pantoflowa, sąsiedzka.

Ogół społeczeństwa - to w nim kumulują się efekty komunikacyjne działań i zachowań wszystkich grup interesariuszy Funduszy Europejskich. Wizerunek LSR oraz samego LGD w oczach społeczeństwa, wspierany odpowiednio przez media, zadecyduje o pozytywnym lub nieprzychylnym klimacie społecznym wokół wykorzystania funduszy UE oraz wokół wykorzystania wypracowanego kapitału społecznego.

### **Efektywność zastosowanych działań komunikacyjnych i środków przekazu.**

LGD jako instytucja zaangażowana we wdrażanie LSR zobligowana jest do regularnego, cyklicznego, prowadzenia monitoringu, badań ewaluacyjnych i oceny skuteczności, stosowanych środków przekazu (narzędzi), prowadzonych działań - w tym działań z zakresu komunikacji z interesariuszami LSR. W związku z tym LGD będzie publikowała na swojej stronie www informacje na temat stanu wdrożenia LSR w formie okresowych, rocznych i końcowych zestawień. Ocena poszczególnych działań komunikacyjnych, jak i całego Planu będzie dokonywana w oparciu o wskaźniki opisane w załączonym Planie Komunikacji. W przypadku, gdyby efekty Planu Komunikacji były niezadowolające i wymagałyby jego skorygowania, przewiduje się sporządzenie ankiet zawierających pytania dotyczące usprawnień komunikacji. Inną formą mającą na celu zwiększenie efektywności Planu Komunikacji w przypadku potrzeby wprowadzenia zmian, będą spotkania/dyskusje i szkolenia z mieszkańcami, a w szczególności z osobami w niekorzystnej sytuacji, na temat ich oczekiwań oraz przyczyn dotychczasowych, nieefektywnych punktów komunikacji.

### **Uwzględnienie wniosków/opinii zebranych podczas działań komunikacyjnych.**

W Planie Komunikacji przewidziano odrębne działania mające na celu pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD i realizacji LSR, zbierane w formie informacji zwrotnej np. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie. Dodatkowe informacje będą zbierane podczas działań informacyjnych skierowanych do potencjalnych wnioskodawców oraz ogółu społeczeństwa nt. zasad i efektów LSR. Pozyskane informacje zostaną poddane analizie, a następnie część z nich zostanie wykorzystana do aktualizacji LSR, w zakresie np. procedur oraz ewentualnej zmiany funkcjonowania poszczególnych organów LGD czy biur LGD. Wyniki działań realizowanych w ramach Planu Komunikacji będą upubliczniane za pomocą internetowych środków przekazu - zestawienia będą na bieżąco pojawiały się na stronie internetowej LGD.

## Planowane efekty działań komunikacyjnych

Podstawowym planowanym efektem działań komunikacyjnych jest pełna realizacja celów i założeń LSR, w tym wypełnienie założonych wskaźników. Aby móc je osiągnąć, należy odpowiednio przeprowadzić działania komunikacyjne skierowane do potencjalnych wnioskodawców, zachęcając ich do realizacji przedsięwzięć.

Planowane efekty działań komunikacyjnych:

- większa liczba operacji zgłaszanych do dofinansowania,
- wyższa jakość wniosków o dofinansowanie, a co za tym idzie prawidłowa realizacja operacji w ramach przyznanego dofinansowania,
- większa liczba osób korzystających z doradztwa biura LGD
- większa świadomość osób z grup docelowych w zakresie możliwości w zakresie wdrażania LSR,
- lepsza rozpoznawalność LGD jako podmiotu wdrażającego LSR.

W sytuacji zaistnienia problemów z wdrażaniem LSR, a także potencjalnego braku satysfakcji, wdrożone zostaną odpowiednie środki zaradcze.

Tabela nr 1. Komunikacja - zagrożenia i środki zaradcze

Zagrożenie	Środki zaradcze
Brak lub zbyt mała liczba potencjalnych wnioskodawców/beneficjentów zainteresowanych skorzystaniem ze wsparcia w ramach LSR	Bezpośrednie kontakty pracowników Biura LGD z przedstawicielami grup docelowych, w tym przedstawicielami osób w niekorzystnej sytuacji.  Zwrócenie się z pomocą do członków LGD o większe wsparcie przy promocji LSR, rozpowszechnianiu możliwości wsparcia operacji  Szkolenia dla beneficjentów
Brak zrozumienia przekazu przez mieszkańców, beneficjentów i potencjalnych beneficjentów	Formułowanie komunikatów w sposób spójny i przejrzysty
Możliwy chaos komunikacyjny związany z zaangażowaniem gmin w działania informacyjno-promocyjne	Wprowadzenie jasnych zasad podziału pomiędzy działaniami promocyjnymi a informacyjnymi, z podziałem na działania realizowane przez gminy oraz przez LGD.

Tabela nr 2. Plan komunikacji

Termin	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego (grupy docelowe)	Środki przekazu	Wskaźniki działania komunikacyjnego
<b>Działania związane z informowaniem o naborach wniosków i przygotowaniem potencjalnych beneficjentów</b>					
I połowa 2024	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o rozpoczęciu wdrażania strategii, głównych celach, przedsięwzięciach i wskaźnikach, planowanym budżecie i harmonogramie naborów	Kampania informacyjna nt. możliwości ubiegania się o wsparcie finansowe	wszyscy potencjalni wnioskodawcy w tym: - przedsiębiorcy, -organizacje pozarządowe - jednostki samorządów terytorialnych -mieszkańcy obszaru, ze szczególnym uwzględnieniem osób w niekorzystnej sytuacji	- artykuł w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - ogłoszenie na stronie internetowej LGD i stronach gminnych	-liczba ogłoszeń/informacji w prasie – 3 -liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych - 50 -liczba ogłoszeń na stronach internetowych - 6 -liczba zrealizowanych spotkań - 1 -liczba osób uczestniczących w spotkaniach - 25 -liczba przygotowanych broszur informacyjnych - 50
I połowa 2024 I połowa 2025 I połowa 2026 I połowa 2027	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o planowanych naborach wniosków	Kampania informacyjna nt. możliwości ubiegania się o wsparcie finansowe	wszyscy potencjalni wnioskodawcy w tym: - przedsiębiorcy, -organizacje pozarządowe - jednostki samorządów terytorialnych -mieszkańcy obszaru, ze szczególnym uwzględnieniem osób w	- artykuł w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - ogłoszenie na stronie internetowej LGD i stronach gminnych	-liczba ogłoszeń/informacji w prasie – 3 -liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych - 50 -liczba ogłoszeń na stronach internetowych - 6 -liczba zrealizowanych spotkań - 1 -liczba osób uczestniczących

			niekorzystnej sytuacji		w spotkaniach - 25 -liczba przygotowanych broszur informacyjnych - 50
II połowa 2024 II połowa 2025	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD	Konferencja/Spotkanie informacyjne połączone z dyskusją nt. zasad oceniania i wyboru operacji przez LGD	wszyscy potencjalni wnioskodawcy w tym: - przedsiębiorcy, -organizacje pozarządowe - jednostki samorządów terytorialnych -mieszkańcy obszaru, ze szczególnym uwzględnieniem osób w niekorzystnej sytuacji	- artykuł w prasie lokalnej - ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - ogłoszenie na stronie internetowej LGD i stronach gminnych - prezentacje członków Rady/pracowników Biura LGD/ Zarządu LGD	-liczba ogłoszeń/informacji w prasie – 3 -liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych - 50 -liczba ogłoszeń na stronach internetowych - 6 -liczba zrealizowanych spotkań - 1 -liczba osób uczestniczących w spotkaniach - 25 -liczba przygotowanych broszur informacyjnych - 50
<b>Szczególne działania skierowane do osób w niekorzystnej sytuacji</b>					

I połowa 2024 I połowa 2025 I połowa 2026 I połowa 2027	Aktywizacja przedstawicieli grup defaworyzowanych poprzez wsparcie w procesie pozyskiwania środków	Szkolenie tematyczne (informacyjno-aktywizacyjne) nt. możliwości pozyskania dofinansowania	-osoby poniżej 25 r.ż. -osoby powyżej 50 r.ż. <b>-kobiety</b>	- ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych - ogłoszenie na stronie internetowej LGD i stronach gminnych - plakaty	-liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych - 50 -liczba ogłoszeń na stronach internetowych – 6 -liczba przygotowanych broszur – 50 -liczba rozesłanych zaproszeń na konsultacje dla przedstawicieli grup w niekorzystnej sytuacji – 25 -liczba spotkań szkoleniowych – 1 -liczba osób – przedstawicieli osób w niekorzystnej sytuacji w szkoleniach tematycznych – 20
<b>Inne działania w zakresie komunikacji</b>					
II połowa 2025 II połowa 2026 II połowa 2027	Uzyskanie informacji zwrotnej nt. oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD na etapie przygotowania wniosków o przyznanie pomocy - badanie pod kątem konieczności przeprowadzenia ewentualnych korekt w tym zakresie	Zgłoszenie obywatelskie	-wnioskodawcy w poszczególnych zakresach operacji w ramach LSR	-ankiety w wersji elektronicznej rozesłane na adresy email wnioskodawców -ankiety w wersji papierowej dla osób, które nie korzystają/nie posiadają poczty email dostępne w biurze LGD	-liczba ankiet w wersji elektronicznej rozesłanych na adresy email wnioskodawców w – 20 -liczba wypełnionych ankiet w wersji papierowej - 10 -liczba ankiet ewaluacyjnych zwróconych do LGD przez wnioskodawców w - 20

<p>II połowa 2025 II połowa 2027</p>	<p>Poinformowanie ogółu społeczeństwa o rezultatach wdrażania LSR na lata 2023-2027, w tym o stopniu osiągnięcia celów i wskaźników, wynikach bieżącego monitoringu i działań ewaluacyjnych</p>	<p>Kawiarenka obywatelska dot. stanu realizacji LSR, w tym o stopniu osiągniętych wskaźników, wynikach działań ewaluacyjnych</p>	<p>- wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa)</p>	<p>-ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych -ogłoszenie na stronie internetowej LGD i stronach gminnych -spotkania informacyjne/konferencje w poszczególnych gminach -prezentacje pracowników Biura LGD/ Zarządu LGD -zaproszenia na konsultacje dla przedstawicieli osób w niekorzystnej sytuacji</p>	<p>-liczba wydrukowanych plakatów informacyjnych – 25 -liczba ogłoszeń na stronach internetowych – 6 -liczba spotkań informacyjnych – 5 -liczba rozesłanych zaproszeń dla osób w niekorzystnej sytuacji – 20 -liczba osób odwiedzających kawiarenkę – 30 -liczba osób w niekorzystnej sytuacji odwiedzających kawiarenkę – 10</p>
<p>Cały okres wdrażania LSR</p>	<p>Informowanie o stanie realizacji LSR, w tym o stopniu osiągnięcia celów i wskaźników, wyniki bieżącego monitoringu i działań ewaluacyjnych</p>	<p>Kampania informacyjna nt. głównych efektów realizacji LSR, w tym o stopniu osiągniętych wskaźników, wynikach działań ewaluacyjnych</p>	<p>-wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa)</p>	<p>-ogłoszenia w siedzibach instytucji publicznych -ogłoszenie na stronie internetowej LGD i stronach gminnych -ankiety -prezentacje pracowników Biura LGD/ Zarządu LGD, w tym prezentacja dobrych praktyk projektowych z obszaru LGD</p>	<p>-liczba wydrukowanych plakatów ogłoszeniowych – 50 -liczba ogłoszeń na stronach internetowych - 6 -liczba zrealizowanych spotkań - 1 -liczba osób uczestniczących w spotkaniach - 30 -liczba wypełnionych ankiet przez uczestników spotkań - 20 -liczba osób poinformowanych o stanie realizacji LSR - 30</p>
<p>Cały okres</p>	<p>Wsparcie beneficjentów w procesie</p>	<p>Warsztaty partycypacyjne</p>	<p>-wszyscy mieszkańcy obszaru LGD</p>	<p>-strona internetowa LGD -newsletter</p>	<p>-liczba osób uczestniczących</p>



wdrażania LSR	pozyskiwania środków z budżetu LSR poprzez profesjonalną informację i grupowe doradztwo oraz pozyskanie informacji o funkcjonowaniu LGD		(ogół społeczeństwa) ze szczególnym uwzględnieniem osób w niekorzystnej sytuacji - wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru		w warsztatach – 15 -liczba odsłon strony internetowej <a href="http://www.dolinasoly.eu">www.dolinasoly.eu</a> - 30 -liczba adresów e-mail, na które został przesłany newsletter - 50
Cały okres wdrażania LSR	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o głównych zasadach interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez Radę LGD, w tym również o kategoriach preferowanych operacji w największym stopniu realizujących założenia LSR	Punkt konsultacyjny w Biurze LGD	-wszyscy mieszkańcy obszaru LGD (ogół społeczeństwa) ze szczególnym uwzględnieniem osób w niekorzystnej sytuacji -wszyscy potencjalni wnioskodawcy, w tym przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i pozostali mieszkańcy obszaru, -wnioskodawcy oraz beneficjenci pomocy	- informacja na stronie internetowej LGD o możliwości konsultacji i doradztwa - informacja o możliwości konsultacji i doradztwa na stronach www gmin wchodzących w skład LGD oraz informacja wywieszona w ich siedzibach -ankiety nt. świadczonego doradztwa	Liczba informacji a stronie internetowej LGD o możliwości konsultacji i doradztwa – 1 Liczba informacji o możliwości konsultacji i doradztwa na stronach internetowych poszczególnych gmin wchodzących w skład LGD – 5 Liczba wydrukowanych ogłoszeń/plakatów nt. informacji o możliwości konsultacji i doradztwa - 20 Liczba osób uczestniczących w spotkaniach - 400 Liczba wypełnionych ankiet przez

					uczestników spotkań - 250 Liczba wypełnionych ankiet przez przedstawicieli grup defaworyzowan ych - 200
--	--	--	--	--	---