



# Plan Komunikacji

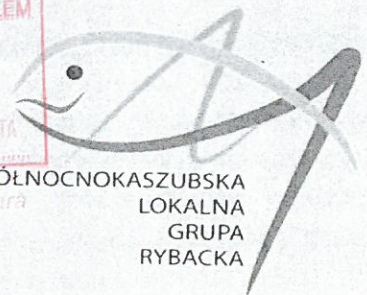
## Lokalna Strategia Rozwoju 2022-2027

Północnokaszubskiej Lokalnej Grupy Rybackiej

URZĄD MARSZAŁKOWSKI  
WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO  
DEPARTAMENT PROGRAMÓW  
ROZWOJU OBSZARÓW WIEJSKICH  
60-810 Gdańsk, ul. Okopowa 21/27  
Tel. 53 32 68 650, fax 53 32 63 673  
-12-

A. 1-6  
ZA ZGODNOŚĆ Z ORYGINAŁEM  
-15-  
Gdańsk  
dnia 2024-01-24  
GŁÓWNY SPECJALISTA  
podpis: *[Signature]*

Monika Koczwarą



PÓLNOCNOKASZUBSKA  
LOKALNA  
GRUPA  
RYBACKA



Fundusze Europejskie

Rzeczpospolita  
Polska  
STOWARZYSZENIE  
PÓLNOCNOKASZUBSKA  
LOKALNA GRUPA RYBACKA  
ul. Portowa 15, 84-120 Władysławowo  
NIP: 5871676938, REGON: 220897221

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



PREZES ZARZĄDU

*[Signature]*  
Zbigniew Chmaruk



WICEPREZES ZARZĄDU

*[Signature]*  
Piotr Necel

# Plan komunikacji z lokalną społecznością

## Główne cele i przesłanki leżące u podstaw opracowania Planu Komunikacji

Plan Komunikacji został opracowany w oparciu o doświadczenia z wdrażania dwóch LSR oraz w oparciu o informacje i potrzeby zebrane przy wykorzystaniu szeregu narzędzi partycypacyjnych w ramach prac nad LSR 2022-2027.

Założenia do PK wynikają z:

1. Ewaluacji zewnętrznej wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju 2014-2020,
2. Dokumentacji własnej Stowarzyszenia PLGR, w tym składanych do Urzędu Marszałkowskiego corocznych sprawozdań, wyników analizy ankiet monitorujących oceny działań biura PLGR.
3. Efektów badań przeprowadzonych w trakcie opracowania LSR 2022-27

## REKOMENDACJE WYNIKAJĄCE Z RAPORTU EWALUACYJNEGO:

- Wniosek: Nierównomierna aktywność mieszkańców poszczególnych gmin.  
Rekomendacja: Intensyfikacja działań informacyjno promocyjnych w gminach mniej dotąd aktywnych.
- Wniosek: Poczucie sprawczości i wpływu mieszkańców jest umiarkowane  
Rekomendacja: Wymaga dalszego wzmacniania przez włączanie mieszkańców w procesy decyzyjne oraz działania na rzecz społeczności LSR.
- Wniosek: Beneficjenci oceniają wsparcie ze strony PLGR jako odpowiednie do ich potrzeb  
Rekomendacja: Kontynuacja dotychczasowych działań.
- Wniosek: Blisko 80% badanych dobrze lub bardzo dobrze oceniła dotychczasową pracę i pomoc świadczoną przez pracowników biura.  
Rekomendacja: Kontynuować szerokie wsparcie dla wnioskodawców.
- Wniosek: Najskuteczniejszym źródłem informacji o możliwościach udziału w Programie była informacja, która dotarła do nich bezpośrednio (75%), ogólnie dostępne informacje: plakaty, zebrania, ulotki, lokalne media były źródłem wiedzy dla 20% beneficjentów, Lokalni liderzy do 5% z badanych osób.
- Wniosek: O skuteczności działań informacyjnych świadczy także fakt, że mieszkańców cechuje bardzo wysoka świadomość działań podejmowanych dzięki LSR, deklaruje ją aż 88,3% badanych - większość – 74% mieszkańców mogło skorzystać z infrastruktury, która powstała dzięki środkom i przedsięwzięciom realizowanym w ramach LSR, a 32,5% uczestniczyło w wydarzeniach finansowanych ze środków LSR. Wśród beneficjentów procent tych wskazań jest jeszcze wyższy, co należy uznać za niewątpliwą sukces potwierdzający skuteczność PLGR.

## POTRZEBY ZGŁOSZONE PRZEZ MIESZKAŃCÓW

W ramach prac nad LSR 2022-2027 zebrano oczekiwania mieszkańców w zakresie informowania ich o działaniach związanych z realizacją LSR.

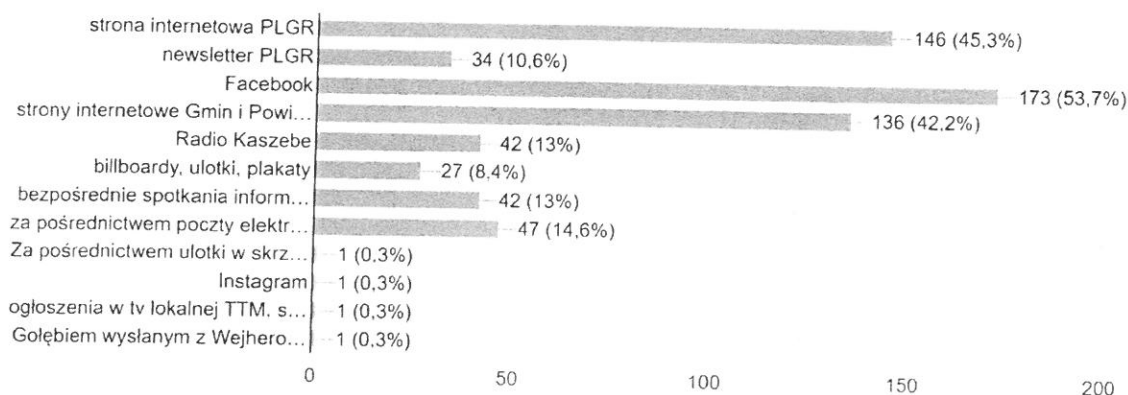
1. W trakcie spotkań gminnych, mieszkańcy wskazywali na:
  - przed ogłoszeniem konkursu z odpowiednim wyprzedzeniem czasowym powinny być przekazywane informacje o możliwym zakresie wsparcia i warunkach ubiegania się o dofinansowanie,
  - po zakończonych naborach wniosków PLGR powinno przekazywać informacje w zakresie zasad realizacji i rozliczania operacji, które uzyskały wsparcie,
  - informacje dotyczące wdrażania LSR powinny być przekazywane bez marnowania papieru, w pierwszej kolejności z wykorzystaniem mediów społecznościowych,
  - materiały ze spotkań lub szkoleń powinny być publikowane na stronach internetowych, tak aby można do nich było wrócić,
  - uczestniczące w spotkaniach osoby starsze (zdiagnozowana grupa w niekorzystnej sytuacji w LSR 2022-2027) wykazywały konieczność przekazywania informacji poprzez Radio Kaszebe oraz biuletyny gminne.
2. W wywiadzie pogłębionym z organizacjami pozarządowymi działającymi na rzecz os. z niepełnosprawnościami poruszono kwestię organizacji cyklicznych spotkań tej grupy podmiotów, jako forum wymiany doświadczeń, wsparcia a

także skutecznego komunikowania się z PLGR. Z uwagi na specyfikę problemów osób z niepełnosprawnościami uznano, iż jest to najbardziej efektywny kanał komunikacji, jednocześnie integracji środowiska oraz włączenia w partycypacyjny sposób podejmowania działań na rzecz tej grupy. Podczas spotkania wysunięto wnioski, iż skutecznym narzędziem komunikacji będzie także przesyłanie istotnych informacji na adresy mailowe, jak i też kontakt poprzez wiadomości SMS czy rozmowy telefoniczne.

3. **Debata młodzieżowa oraz ankieta młodzieżowa.** Młodzież bardzo mocno podkreślała skuteczność przekazu informacji poprzez internet/media społecznościowe, przy czym przy ocenie wiarygodności informacji na pierwszym miejscu stawiana była strona internetowa. Zdaniem młodzieży na polu komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych PLGR ma dużo do zrobienia, szczególnie z uwagi na fakt, iż dzieci i młodzież to grupa zdefiniowana jako grup w niekorzystnej sytuacji na obszarze. Przy tej grupie docelowej ważny będzie odpowiednio zaplanowany przekaz, aby był ciekawy i zrozumiały np. poprzez obraz/film.
4. **Sondaż opinii.** W ankiecie skierowanej do mieszkańców zawarto pytania dotyczące oczekiwanych przez mieszkańców metod i sposobów komunikacji w odniesieniu do realizacji LSR. Ankieta pozwoliła zbadać opinię społeczności lokalnej na temat głównych założeń, celów Planu Komunikacji. Zostało wypełnionych 320 ankiet, z informacji przekazanych przez mieszkańców, wynika, że najskuteczniejszą i najbardziej efektywną formą komunikacji jest:

W JAKI SPOSÓB CHCIAŁBY PAN/ CHCIAŁABY PANI OTRZYMYWAĆ INFORMACJE O DZIAŁANIACH PLGR, W TYM KONKURSACH W RAMACH LOKALNEJ ST...możliwościach uzyskania dofinansowania)?

322 odpowiedzi



Wyniki te potwierdziły wcześniejsze ustalenia i pomogły zaplanować działania komunikacyjne, które zapewnią udział społeczności we wdrażaniu LSR poprzez wykorzystywane różnych formy komunikowania w zależności od odbiorców. W oparciu o zebrane w ten sposób informacje został przygotowany Plan Komunikacyjny, uwzględniając nowe uregulowania prawne dla okresu wdrażania 2022-2027. Plan komunikacji uwzględnia realizację obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez właściwe IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR.



**Celem strategicznym Planu Komunikacji jest:** wspieranie realizacji celów LSR poprzez rzetelne, adekwatne i dostosowane do odbiorcy przekazywanie informacji, zachęcanie potencjalnych wnioskodawców i mieszkańców obszaru do korzystania ze środków LSR, włączenie mieszkańców w działalność PLGR, a także propagowanie efektów wdrażania LSR.

**Cel Planu Komunikacji będzie realizowany przez zestaw celów szczegółowych:**

- I. Budowanie wizerunku PLGR oraz włączanie mieszkańców w realizację misji PLGR: **Łączymy ludzi i środowiska dla lepszej jakości życia**
- II. Podejmowanie działań gwarantujących obustronną komunikację, zachęcających potencjalnych wnioskodawców do aplikowania w ramach LSR, co w konsekwencji będzie wpływać na skuteczną realizację celów strategii.
- III. Podejmowanie dialogu z lokalną społecznością na potrzeby zebrania opinii na temat wdrażania LSR.

**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.**

### **Działania komunikacyjne oraz środki przekazu**

Plan Komunikacji został zaplanowany tak, aby zapewnić skuteczne działania komunikacyjne, które różnić się będą w zależności od celów zdefiniowanych powyżej. Dzięki analizie preferencji i nawyków odbiorców zaplanowano korzystanie z różnych kanałów komunikacji tj. Media społecznościowe, strony internetowe, lokalne radio, spotkania z mieszkańcami, warsztaty i działania animacyjne. Ze względu na różnorodne grono interesariuszy szczególną uwagę zwracać się będzie na język i styl przekazu, tak aby był zrozumiały i atrakcyjny dla lokalnej społeczności.

**Innowacją w komunikacji** będzie regularna i zaplanowana współpraca z liderami opinii, osobami lub instytucjami cieszącymi się zaufaniem w środowisku lokalnym, w szczególności w grupach zdefiniowanych jako w grupy niekorzystnej sytuacji tj. osoby z niepełnosprawnościami i ich rodziny (opiekunowie), seniorzy, dzieci i młodzież. Dotychczas taka współpraca odbywała się w sposób spontaniczny, zmiana polegać będzie na zaplanowaniu tego procesu.

W celu zbudowania więzi i zaangażowania społeczności lokalnej planuje się intensyfikację zaangażowania mieszkańców w proces komunikacji, dlatego też jednym z celów Planu Komunikacji jest podejmowanie dialogu i zbieranie opinii, które służyć będą skuteczniejszym działaniom zaplanowanym w LSR, w tym z wykorzystaniem operacji własnych PLGR.

PLGR nie planuje komunikacji poprzez ulotki reklamowe oraz gadżety ze względu na niską skuteczność tego typu promocji.

### **Grupy docelowe Planu Komunikacji**

Grupy docelowe Planu Komunikacji zależą od celów zdefiniowanych powyżej celów. Wśród odbiorców działań komunikacyjnych LSR 2022 - 2027 zidentyfikowano następujące grupy docelowe:

- mieszkańcy obszaru,
- członkowie Stowarzyszenia PLGR,
- potencjalni wnioskodawcy z sektorów publicznego, społecznego i gospodarczego,
- mieszkańcy z grup w niekorzystnej sytuacji: młodzież, seniorzy, osoby niepełnosprawne wraz z opiekunami,
- przedsiębiorcy i rolnicy,
- rybacy i przedsiębiorstwa rybackie,
- organizacje pozarządowe,
- grupy nieformalne,
- młodzież,
- media,
- osoby odwiedzające obszar PLGR.

### **Działania podejmowane w przypadku problemów z realizacją LSR, niskim poparciem społecznym dla działań PLGR**

Przeanalizowano następujące ryzyka, które mogą być przyczyną problemów z realizacją LSR:

- zła opinia, która wpływa na brak zaufania do Stowarzyszenia PLGR,
- mała liczba złożonych wniosków o dofinansowanie,
- słaba jakość złożonych wniosków o dofinansowanie,
- małe zainteresowanie działaniami animacyjnymi realizowanymi przez PLGR,

Na powyższe i inne napotkane problemy Stowarzyszenie PLGR odpowie dokładną analizą przyczyn wystąpienia takiej sytuacji oraz odpowiednią reakcją dopasowaną do zdiagnozowanych potrzeb. Spodziewaną reakcją będzie sondaż opinii w celu dobrania odpowiednich metod rozwiązania problemu. W przypadku małego zainteresowania działaniami PLGR zostaną podjęte działania zwiększające zasięg publikowanych informacji lub też zmiana środków przekazu.

## Opis zakładanych wskaźników realizacji działań komunikacyjnych oraz efektów działań komunikacyjnych

Dla każdego środka komunikacji przewidziano jego kwantyfikację poprzez wskaźniki produktu i rezultatu, które zaprezentowano w poniższej tabeli, ich wartości zostały określone na podstawie doświadczenia PLGR w komunikacji ze społecznością lokalną. Ze względu na zmieniające się trendy marketingowe i uwarunkowania społeczne ich wartości mogą się zmieniać w czasie wdrażania LSR 2022 - 2027.

Wskaźniki produktu dotyczą ilości zaplanowanych do realizacji działań w ramach danego kanału komunikacji, natomiast wskaźniki rezultatu dotyczą liczby osób do której trafił dany rodzaj komunikatu. Monitoring wskaźników rozpocznie się w roku 2024 tj. W roku rozpoczęcia pierwszych konkursów na realizację operacji. W przypadku niektórych wskaźników zdefiniowano inny termin ich monitorowania, co uwzględniono w poniższej tabeli.

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

Efektywność działań komunikacyjnych analizowana będzie poprzez monitoring wskaźników komunikacji wywiady z odbiorcami działań w celu jakościowej analizy skuteczności komunikacji realizowanej przez PLGR. Na podstawie wykorzystanych różnorodnych środków komunikacji, Biuro PLGR dokona analizy porównawczej oraz analizy skuteczności danej kampanii w zestawieniu z jej kosztami.

będzie analiza Istotna z punktu widzenia efektywności aktualności Planu Komunikacji, która regularnie będzie prowadzona przez pracowników Biura w odpowiedzi na zauważone potrzeby oraz uwagi zgłaszane przez lokalną społeczność podczas działań monitoringowych oraz na bieżąco np. poprzez formularz kontaktowy. Zmiana Planu Komunikacji realizowana będzie w konsultacji ze społecznością lokalną poprzez kanały, które zapewnią możliwość wyrażenia opinii przez różnorodne grupy interesantów.

## Indykatywny budżet przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem głównych kategorii wydatków

Biuro Stowarzyszenia PLGR prowadzi działania komunikacyjne z wykorzystaniem wiedzy i umiejętności doświadczonych pracowników, dlatego też większość zaplanowanych działań jest bezkosztowa tzn. wykonywana jest w ramach zakresu obowiązków pracowników. Pracownicy przygotowują i zamieszczają informacje na temat ogłaszanych konkursów, zaproszeń do udziału w aktywnościach i działaniach animacyjnych Stowarzyszenia, relacji z prowadzonych wydarzeń i szkoleń. Ankiety online przygotowane będą z wykorzystaniem bezpłatnych narzędzi online.

Zaplanowano działania, które wymagają nakładów finansowych: artykuły w prasie i radio, promowanie niektórych postów na Facebook'u, działania animacyjne - wynagrodzenie prowadzącego, wynajem sprzętu, przygotowanie poczęstunku, przygotowanie funkcji newslettera i formularza kontaktowego.

Plan Komunikacji Lokalna Strategia Rozwoju 2022 - 2027					
Cel I: Budowanie wizerunku PLGR oraz włączanie mieszkańców w realizację misji PLGR: ŁĄCZYMY LUDZI I ŚRODOWISKA DLA LEPSZEJ JAKOŚCI ŻYCIA.					
Grupa docelowa: mieszkańcy obszaru, potencjalni wnioskodawcy, grupy w niekorzystnej sytuacji: młodzież, seniorzy, osoby niepełnosprawne wraz z opiekunami, przedsiębiorcy i rybacy, organizacje pozarządowe, grupy nieformalne, media, osoby odwiedzające obszar PLGR, ogół społeczeństwa					
Środek przekazu	Wskaźnik produktu	Wskaźnik rezultatu	Sposób i częstotliwość pomiaru	Efekty	Indykatywny budżet
Artykuły /informacje na stronie internetowej PLGR	Liczba artykułów informacji na stronie internetowej	Liczba osób które zapoznaly się z informacjami - 300 osób	Sposób pomiaru poprzez zsumowanie liczby artykułów na koniec roku oraz analizę wejść na	Promocja Stowarzyszenia, poinformowanie zainteresowanych	0,00 zł

	PLGR - 5 szt.		stronę internetową. Częstotliwość pomiaru - raz w roku.	osób o działaniach organizowanych przez PLGR.	
Media społecznościowe - Facebook	Liczba postów nt. działalności PLGR - 10 szt.	Liczba osób które zapoznały się z informacjami - 1000 osób	Sposób pomiaru poprzez zsumowanie liczby postów na koniec roku oraz analizę wejść na stronę internetową.  Częstotliwość pomiaru - raz w roku.	Zwiększenie partycypacji lokalnej społeczności w realizacji LSR oraz integracja PLGR	0,00 zł/rok
Artykuły w prasie lokalnej, w tym również w biuletynach lokalnych	Liczba artykułów - 1 szt.	Liczba odbiorców artykułów - 1000 osób	Sposób pomiaru poprzez zsumowanie liczby artykułów na koniec roku oraz analizę nakładu danego medium.  Częstotliwość pomiaru - raz w roku.	Promocja Lokalnej Strategii Rozwoju na terenie funkcjonowania PLGR oraz informowanie potencjalnych Beneficjentów o możliwości pozyskiwania funduszy w ramach realizacji LSR.	5 000,00 zł/rok
Działania animacyjne i integracyjne	Liczba działań animacyjnych - 2 szt.	Liczba odbiorców działań animacyjnych - 50 osób	Sposób pomiaru poprzez zsumowanie liczby działań animacyjnych oraz analizę liczby uczestników na podstawie dokumentacji fotograficznej.  Częstotliwość pomiaru - raz w roku.	Zwiększenie zaangażowania w działania Stowarzyszenia, integracja środowiska lokalnego.	8 000,00 zł/rok
Reklama w radio Kaszebe	Liczba ogłoszeń w Radio Kaszebe - 1 szt.	Liczba gmin Powiatu Puckiego do których dociera Radio Kaszebe - 7	Sposób pomiaru poprzez zsumowanie liczby ogłoszeń w radio na zlecenia emisji na koniec roku oraz analizę zasięgu Radio Kaszebe.  Częstotliwość pomiaru - raz w roku.	Wzrost wiedzy mieszkańców obszaru LSR na temat działań realizowanych przez Stowarzyszenie PLGR.	5 000,00 zł/rok
<b>Cel II: Podejmowanie działań gwarantujących obustronną komunikację, zachęcających potencjalnych wnioskodawców do aplikowania w ramach LSR, co w konsekwencji będzie wpływać na skuteczną realizację celów strategii.</b>					
<i>Grupa docelowa: mieszkańcy obszaru PLGR, potencjalni wnioskodawcy, grupy w niekorzystnej sytuacji: młodzież, seniorzy, osoby niepełnosprawne wraz z opiekunami, przedsiębiorcy i rolnicy, organizacje pozarządowe</i>					
Newsletter	Liczba emisji newslettera - 2 szt.	Liczba odbiorców newslettera - 200 osób	Sposób pomiaru poprzez zsumowanie liczby emisji newslettera na koniec roku oraz analizę liczby adresów e-mail, które są zarejestrowane do odbioru	Podniesienie wiedzy na temat realizowanych działań, w szczególności ogłoszonych konkursów.	0,00 zł

			newslettera. Częstotliwość pomiaru - raz w roku.		
Szkolenia i spotkania informacyjne dla potencjalnych beneficjentów w biurze PLGR lub zamieszczenie na stronie internetowej i mediach społecznościowych materiałów szkoleniowych	Liczba działań szkoleniowych - 1 szt.	Liczba osób które pozyskały informacje na temat konkursów - 20 osób	Sposób pomiaru poprzez zsumowanie liczby działań szkoleniowych oraz analizę liczby odbiorców tj. Liczba uczestników spotkań/ liczba wejść na stronę.  Częstotliwość pomiaru - raz w roku.	Podniesienie wiedzy potencjalnym wnioskodawcom nt. ogłoszonych konkursów oraz zasad aplikowania.	0,00 zł
Doradztwo w biurze PLGR – konsultacje: bezpośrednie, telefoniczne, e-mailowe	Liczba konsultacji w biurze - 80 konsultacji	Liczba osób które złożyły skonsultowany w Biurze wniosek - 20 osób/podmiotów	Sposób pomiaru poprzez zsumowanie liczby konsultacji na podstawie kart doradztwa na koniec roku oraz analizę złożonych wniosków.  Częstotliwość pomiaru - raz w roku.	Przygotowanie poprawnych wniosków aplikacyjnych w odpowiedzi na ogłoszone konkursy i projekty grantowe, włączenie różnych grup w realizację LSR, w tym przedstawicieli grup defaworyzowanych	0,00 zł
Udział liderów lokalnych w działaniach informacyjnych lub animacyjnych	Liczba działań informacyjnych lub animacyjnych z udziałem liderów lokalnych - 1 szt.	Liczba osób, które wzięły udział w działaniach informacyjnych lub animacyjnych z udziałem lokalnych liderów - 20 osób.	Sposób pomiaru poprzez zsumowanie liczby działań informacyjnych lub komunikacyjnych na koniec roku oraz analizę liczby uczestników tych działań.  Częstotliwość pomiaru - raz w roku.	Szerokie rozpowszechnienie informacji na temat konkursów, szczególnie wśród grup w niekorzystnej sytuacji.	0,00 zł

**Cel III: Podejmowanie dialogu z lokalną społecznością na potrzeby zebrania opinii na temat wdrażania LSR.**

**Grupa docelowa**

Ankiety/ ankiety online	Liczba ankiet udostępniona do wypełnienia - 1 szt.	Liczba osób, które pozyskały informacje o możliwości wypełnienia ankiet - 300 osób	Sposób pomiaru poprzez monitoring ankiet na stronie Stowarzyszenia oraz na podstawie licznika wejść na stronę internetową.  W zależności od potrzeb, każdorazowo po zauważeniu sytuacji problemowej, nie rzadziej niż raz na 2 lata.	Wzrost zaangażowania i poczucia sprawczości społeczności w działania PLGR, skuteczniejsze wdrażanie LSR.	0,00 zł
Konsultacje LSR oraz	Liczba	Liczba osób, które	Sposób pomiaru poprzez	Wzrost zaangażowania	0,00 zł

innych kluczowych dokumentów tj. Procedura wyboru operacji, kryteria wyboru, plan komunikacji	konsultacji kluczowych dokumentów tj. Procedura wyboru operacji, kryteria wyboru, plan komunikacji	pozyskały informacje o możliwości wypełnienia ankiet - 300 osób	zsumowanie liczby informacji o konsultacjach na stronie internetowej Stowarzyszenia na koniec roku oraz analizę wejść na stronę internetową.  Częstotliwość pomiaru - każdorazowo przed zmianami, które nie wynikają z wytycznych instytucji	społeczności w działania PLGR.	
Formularz kontaktowy	Liczba aktywnych formularzy kontaktowych na stronie internetowej - 1 szt.	Liczba osób które pozyskały wiedzę o możliwości kontaktu poprzez formularz - 300 osób	Sposób pomiaru poprzez analizę funkcjonalności narzędzia - formularza oraz analizę wejść na stronę internetową.  Częstotliwość pomiaru - raz w roku.	Wzrost zaangażowania i poczucia sprawczości społeczności w działania PLGR, skuteczniejsze wdrażanie LSR.	2 500,00 zł
Spotkania dot. podsumowania realizacji LSR	Liczba spotkań dot. Podsumowania realizacji LSR - 1 szt.	Liczba uczestników spotkań podsumowujących - 20 osób	Sposób pomiaru poprzez zsumowanie liczby spotkań w analizowanym okresie na podstawie listy obecności lub dokumentacji zdjęciowej.  Częstotliwość pomiaru - raz na 2 lata począwszy od 2026 roku.	Wzrost zaangażowania społeczności w działania PLGR, integracja mieszkańców.	5 000,00 zł