



**Działaj
lokalnie**

PROGRAM „DZIAŁAJ LOKALNIE”
EDYCJA IX ZASADY KOMUNIKACJI I PROMOCJI





PROGRAM
„DZIAŁAJ LOKALNIE”
EDYCJA IX
ZASADY KOMUNIKACJI I PROMOCJI

WSTĘP

Ośrodki Działaj Lokalnie (ODL) to organizacje pozarządowe będące partnerami **Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce** (ARFP) i **Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności** (PAFW) w realizacji **Programu „Działaj Lokalnie”**.

Celem programu jest aktywizowanie lokalnych społeczności wiejskich i małych miast poprzez wspieranie projektów obywatelskich. Projekty te służą pobudzaniu aspiracji rozwojowych, poprawie jakości życia oraz budowie dobra wspólnego. W rezultacie przyczyniają się do wzmocnienia lokalnego kapitału społecznego.

ODL są ośrodkami animacji instytucjonalnej, a w realizacji programu „Działaj Lokalnie” wykorzystują takie narzędzia jak: programy grantowe, kampanie społeczne i fundraisingowe, działalność poradniczą i szkoleniową, promocję i rozwój wolontariatu lokalnego oraz dialog z grupami interesariuszy (darczyńcami i partnerami biznesowymi, samorządowymi, organizacjami pozarządowymi i grupami obywatelskimi).

Niniejszy dokument jest przeznaczony dla Ośrodków Działaj Lokalnie. Określa obowiązki i zalecenia w zakresie informacji i promocji projektów realizowanych w ramach Programu „Działaj Lokalnie” Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności realizowanego przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce począwszy od IX edycji.

Marzec 2015 r.

SPIS TREŚCI:

KOMUNIKACJA I AKTYWNOŚĆ TO PODSTAWA	6.
W PROMOCJI WAŻNA JEST KONSEKWENCJA	12.
MNIEJ TYPOWE SPOSOBY DOTARCIA DO DZIENNIKARZY	16.
JAK WYKORZYSTAĆ MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE	18.
NARZĘDZIA DO KOMUNIKACJI I PROMOCJI	20.
DZIAŁANIA INFORMACYJNE I PROMOCYJNE – SZCZEGÓŁY	24.
POŻYTECZNE STRONY INTERNETOWE	28.

KOMUNIKACJA I AKTYWNOŚĆ TO PODSTAWA

JAK INFORMOWAĆ O TYM CO ROBIMY W PROGRAMIE DZIAŁAJ LOKALNIE?

1. **Mówimy o tym, co jest naprawdę ważne i wpisuje się w szerszy kontekst społeczny** – czyli opowiadamy o tym, co najciekawsze, najbardziej wartościowe dla czytelników mediów lokalnych, regionalnych i ogólnopolskich;
2. **Mówimy prostym językiem, jesteśmy dostępni i otwarci na komunikację** – piszemy i mówimy prosto, obrazowo, 'do ludzi'. Unikamy składni charakterystycznej dla urzędów, formalnych wniosków i żargonu ngo. Chodzi zarówno o wyeliminowanie zdań wielokrotnie złożonych, które zamazują przekaz, ale i wyrazów uznawanych za zbyt formalne, archaiczne czy branżowe:

Przykłady:

niniejszy – ten, albowiem – bo, tutoring – szkolenie,
sponsor – darczyńca, partner, instytucja współpracująca, firma wspierająca,
koszt – wartość, beneficjent/grantobiorca – realizator, organizator projektów,
dokonać wyboru – wybrać przybyli – przyszli, przyjechali

3. **Pracujemy nad budową informacji** – publikację na stronie, fan page'u czy portalu obowiązują takie same zasady jak profesjonalnych dziennikarzy. Przyciągający tytuł, lead w którym syntetycznie ujmujemy temat i treść (body) w której staramy się odpowiedzieć na pytania, co?, kto?, gdzie? kiedy? dlaczego? po co? Pamiętajmy o zasadzie: **ważne na początku**.
4. **Jesteśmy na czasie** – pokazujemy to co bieżące, ciekawe, aktualne.
5. **Dbamy o detale** – warto umieścić w stopce informacje o prowadzonych zbiórkach, zbieraniu 1%, adresu strony internetowej.

PISZĄC O DZIAŁAJ LOKALNIE BUDUJ POZYTYWNY PRZEKAZ

KILKA WAŻNYCH RAD W KOMUNIKACJI:

- komunikowanie o działaniach Ośrodka Działaj Lokalnie nie może sprowadzać się tylko do promowania Programu Działaj Lokalnie, projektów grantobiorców i gali podsumowującej działania
- pokażcie historie lokalnych liderów, społeczników i wolontariuszy (human story)
- pasja – nie patos i powaga
- nie zapomnijcie o komunikacji poprzez media społecznościowe
- dbajcie o aktualizację stron internetowych
- połączcie nacisk na współpracę z mediami regionalnymi i ogólnopolskimi
- wykorzystujcie swoje sprawdzone i dobre praktyki (np. kampanie 1%)
- wykorzystujcie infografiki w pokazywaniu danych – ludzie są wzrokowcami!
- zbierajcie wycinki prasowe, swoje sukcesy, dane, dobre i pozytywne przykłady współpracy z Waszymi partnerami

WYBRANE NARZĘDZIA WSPÓŁPRACY Z MEDIAMI:

INFORMACJA PRASOWA

BUDOWA INFORMACJI PRASOWEJ:

Logotyp Ośrodka Działaj Lokalnie (mały)

Miejscowość, data

TYTUŁ

LEAD

ŚRÓD TYTUŁY

ROZWINIĘCIE **LEADU**

CYTAT • WYNIKI BADANIA • WYPOWIEDŹ EKSPERTA

POZOSTAŁE INFORMACJE

PRZEKIEROWANIE PO SZCZEGÓŁY MA STRONĘ WWW

...

KONTAKT

...

Informacje dodatkowe

Informacja prasowa powinna zawierać maksymalnie **2700 znaków**. Warto dodać linki do wybranych stron internetowych, galerii na Facebooku, filmu na Youtube itp. w treści informacji. Do maila do dziennikarza trzeba dołączyć **1-3 fotografie** osobno w załączniku (ok **50 KB** każda). Resztę zdjęć można umieścić np. w chmurze do pobrania i wkleić do maila jedynie linka. Pamiętaj, aby Twój mail nie przekroczył **1 MB** – powyżej tego trafia do spamu. Informację wysyłamy w formacie doc. i pdf. – nie w każdej redakcji pracują w systemie Windows.

Warsztaty z mediami – najlepiej, aby Ośrodek Działaj Lokalnie zaprosił dziennikarzy do siedziby swojej organizacji. Trzeba przygotować pakiet prasowy, agendę spotkania, mały poczęstunek. Najważniejsze, aby być solidnie przygotowanym merytorycznie na dany temat. Nie bójcie się przy okazji zapytać, jakie tematy w przyszłości zainteresują dziennikarza. Warto na takie warsztaty zaprosić Waszych ekspertów lub liderów lokalnej społeczności.

Konferencja prasowa – jeśli już się na nią zdecydujecie, upewnijcie się, że macie do przekazania naprawdę coś ważnego i starajcie się, aby to wydarzenie nie było dla dziennikarzy stratą ich niezwykle cennego czasu. Uruchomcie pokłady kreatywności i przygotujcie coś niestandardowego np. konferencja w terenie albo na miejscu rozpoczęcia się konkretnego projektu, gdzie przyjadą Wasi wolontariusze i partnerzy.

PISZĄC O SWOICH DZIAŁANIACH, WYKORZYSTUJCIE:

Różne darmowe kanały np:

- wasza strona internetowa
- strona www.dzialajlokalnie.pl
- portal ngo.pl
- media społecznościowe
- blog Waszej organizacji

Różne formy dziennikarskie:

- Wywiad
- Relacja
- Reportaż
- Fotoreportaż

W PROMOCJI WAŻNA JEST KONSEKWENCJA

O CZYM NIE MOŻEMY ZAPOMNIEĆ PROMUJĄC NASZE DZIAŁANIA W PROGRAMIE DL

1. Wszelkie materiały informacyjne i promocyjne dotyczące Programu muszą być oznakowane **logotypami**: „Działaj Lokalnie”, Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności oraz Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce.



PAMIĘTAJ, ABY NIE UMIESZCZAĆ NA MATERIAŁACH PROMOCYJNYCH, STRONACH I W INTERNECIE NIEDOPUSZCZALNYCH WERSJI LOGOTYPU DL



WERSJE NIEDOPUSZCZALNE

[LOGOTYP DZIAŁAJ LOKALNIE MOŻESZ POBRAĆ TUTAJ](#)



2. Wszelkie materiały informacyjne i publikacje, wydane w ramach Konkursu powinny zawierać informację:

„Dofinansowano ze środków Programu „Działaj Lokalnie IX” Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności realizowanego przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce”.

3. Każdy z Ośrodków Działaj Lokalnie powinien mieć przygotowany **podręczny pakiet prasowy** zawierający (szczególnie w czasie wydarzeń otwartych w których uczestniczą media):

- Krótką historię organizacji jako Ośrodka Działaj Lokalnie
- Podstawowe, zaktualizowane informacje o Programie „Działaj lokalnie” w formie ulotki i/lub odpowiednich dokumentów;
- Podstawowe informacje o projektach realizowanych w bieżącej edycji i ewentualnie z krótkim harmonogramem uwzględniającym najciekawsze wydarzenia;
- **Kontakt do konkretnej osoby dla mediów;**

4. Ośrodki Działaj Lokalnie w ramach umowy zobowiązane są do prowadzenia szeroko zakrojonych **działań informacyjnych** o Konkursie, aby dotrzeć do jak najszerszej grupy potencjalnych odbiorców. Informacja powinna być dystrybuowana za pomocą **różnorodnych kanałów informacyjnych**

Warto wykorzystać: plakaty, ogłoszenia, spotkania, konsultacje, media lokalne, regionalne, internet, media społecznościowe.

5. Ośrodki Działaj Lokalnie zobowiązane są do promowania Konkursu w **mediach lokalnych** na każdym etapie jego realizacji.

6. Ośrodki Działaj Lokalnie mają obowiązek przedstawić podstawowe, aktualne informacje o Programie „Działaj Lokalnie”, fundatorze i realizatorze w czasie **spotkań informacyjnych** organizowanych dla potencjalnych beneficjentów.

7. W czasie kontaktu z mediami – szczególnie, gdy dotyczy to telewizji – należy zadbać, aby w materiale o „Działaj Lokalnie” znalazło się **nawiązanie do Programu np:**

roll up, winder, przypinka, torba, plakat lub wypowiedziana formuła z informacją o fundatorze itp.

8. Ośrodki Działaj Lokalnie, posiadające status OPP i otrzymujące dofinansowanie w ramach **Kampanii 1%**, powinny umieszczać logotyp „Działaj Lokalnie” lub informację o dofinansowaniu z Programu tj. pkt 2.
9. Każdy z Ośrodków Działaj Lokalnie powinien na bieżąco wprowadzać i aktualizować dane **na stronie www.dzialajlokalnie.pl** w tym zamieścić **minimum 5 artykułów** w zakładce „Aktualności”, dotyczących realizowanego przez niego Konkursu, oraz do powinien aktualizować bazę dofinansowanych projektów, dostępnej na stronie Programu.
10. Ośrodki Działaj Lokalnie zobowiązane są do informowania ARFP i PAFW o **najważniejszych, otwartych wydarzeniach lokalnych** związanych z realizacją Konkursu (np. uroczyste wręczenie dotacji, podsumowanie Konkursu, inne ważne wydarzenia związane z realizacją dofinansowanych projektów w ramach Konkursu) przynajmniej **na 14 dni kalendarzowych przed ich przeprowadzeniem**.
11. Ośrodki Działaj Lokalnie i ich grantobiorcy realizują projekty o bardzo różnorodnej tematyce. Dlatego też na etapie wniosków Ośrodki Działaj Lokalnie będą miały obowiązek wybrać **maksymalnie 5 projektów**, które według nich **mogą szczególnie zainteresować media regionalne lub ogólnopolskie** i poinformować ARFP o swoim wyborze.
12. Każdy z Ośrodków Działaj Lokalnie może otrzymać wsparcie promocyjne w Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce, szczególnie w przypadku promocji w mediach regionalnych, ogólnopolskich i w mediach społecznościowych.

MNIEJ TYPOWE SPOSOBY DOTARCIA DO DZIENNIKARZY

SŁUŻYMY EKSPERTYZĄ

Warto, aby każdy Ośrodek Działaj Lokalnie miał podręczną **listę ekspertów** odpowiedzialnych za konkretne działania w regionie albo tematykę na której się znają. Wymienionym osobom najlepiej przypisać konkretne obszary działań, tak by dziennikarz mógł uzyskać wypowiedź odpowiadającą jego zapotrzebowaniu i wartościową w treści.

Zabierajcie głos jako organizacja ciesząca się autorytetem w ważnych debatach toczących się w lokalnych społecznościach.

Lista ekspertów zebrana spośród wszystkich ODL-i zostanie opublikowana (za ich zgodą) na stronie internetowej www.dzialajlokalnie.pl oraz wysłana w razie potrzeby dziennikarzom mediów ogólnopolskich zajmującym się konkretną tematyką.

TWORZYMY WAŻNE DOKUMENTY

Spróbujmy tworzyć raporty, sondy, badania – wśród swoich partnerów, wolontariuszy, lub razem z nimi – na temat ważnych spraw dla Waszej lokalnej społeczności. Być może pomogą Wam zwrócić uwagę na konkretne problemy do rozwiązania, a tym samym staną się tematem do pogłębienia przez dziennikarzy.

ORGANIZUJEMY POKAZY DLA MEDIÓW

Pomagajmy dziennikarzom dotrzeć do osób które będą dla niego inspiracją i źródłem ciekawych informacji o naszej działalności.

Zapraszamy do naszych Ośrodków Działaj Lokalnie wybranych przedstawicieli mediów na pokazy prasowe. Wybranych – oznacza pozytywną selekcję wynikającą z rozeznania kto, w jakiej redakcji zajmuje się albo chociaż interesuje tematami, którymi się zajmujemy.

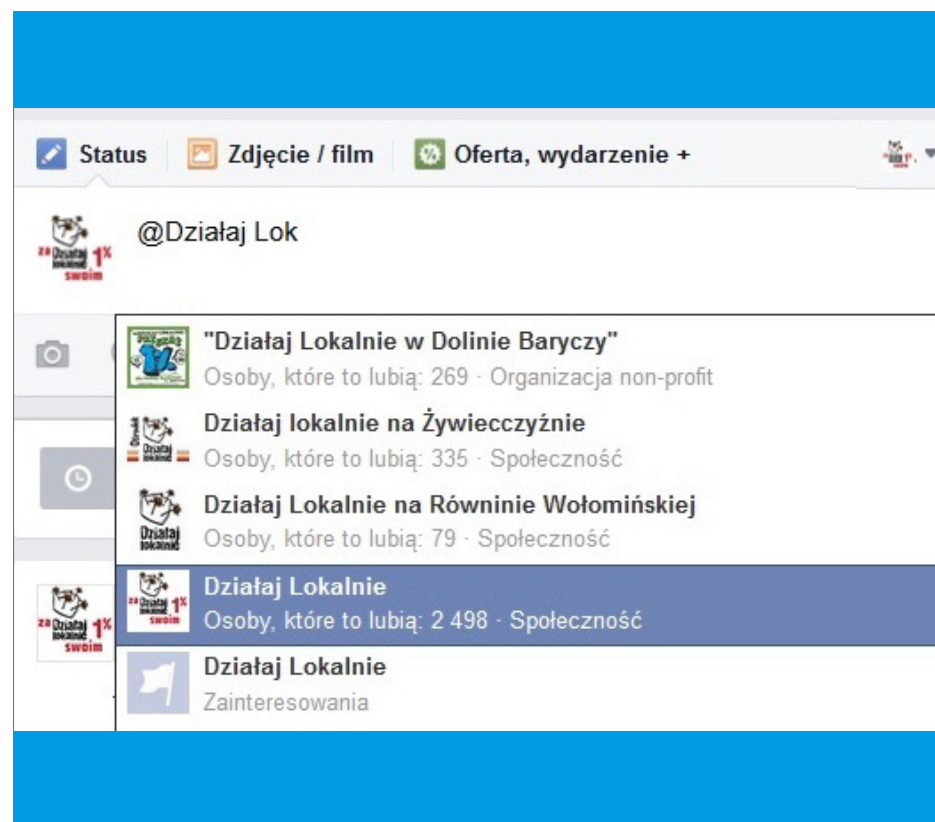
W czasie pokazów każdy Ośrodek Działaj Lokalnie ma szansę pokazać dziennikarzom w praktyce czym konkretnie zajmuje się Wasza organizacja, zapoznać z grantobiorcami, wolontariuszami, liderami opinii w regionie, związanymi z organizacją oraz uwiarygodnić swój wizerunek. Pamiętajcie o tym, aby zaopiekować się dziennikarzem i wręczyć mu odpowiednie materiały dodatkowe po spotkaniu, które pomogą mu w pracy :)

JAK WYKORZYSTAĆ MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

Ośrodki Działaj Lokalnie oraz jego grantobiorcy powinni informując w mediach społecznościowych o swoich działaniach zaznaczyć, że dotyczą one Programu „Działaj Lokalnie” poprzez (do wyboru):

➤ **Hashtag #dzialajlokalnie**

➤ **@Działaj Lokalnie** – oznaczenie na portalu Facebook



➤ **Dowolną, kreatywną formułą dotyczącą Fundatora i Programu:**

- Bohaterów reportażu wsparła Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności w ramach Programu „Działaj Lokalnie”,
- Środki na budowę biblioteki pochodziły z Programu „Działaj Lokalnie” Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności”,
- „Piknik można było zorganizować dzięki dofinansowaniu z Działaj Lokalnie” Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności itp.

Każdy Ośrodek Działaj Lokalnie może dodatkowo poinformować o swoich działaniach na wspólnym kanale komunikacji jakim jest **strona na portalu Facebook**. Może to zrobić poprzez:

➤ wklejenie informacji w dziale „**Posty na stronę**”

➤ wysłać wiadomość do **administratora strony** via Facebook

➤ wysłać informacje na adres k.kunert@filantropia.org.pl.

Każdy Ośrodek Działaj Lokalnie posiadający konto na tzw. serwisach treściowych – **Youtube, Vimeo, Pinterest, Instagram** itp. – powinien wyraźnie oznaczać, że zamieszczone materiały są związane z Programem „Działaj Lokalnie” Polsko – Amerykańskiej Fundacji Wolności lub Kampanią związanym ze zbieraniem 1% dofinansowaną z Programu.



NARZĘDZIA DO KOMUNIKACJI I PROMOCJI

NARZĘDZIA OBOWIĄZKOWE DLA OŚRODKÓW DZIAŁAJ LOKALNIE:

- **strona internetowa** organizacji z pakietem informacji o Programie „Działaj Lokalnie”, informacją o fundatorze i realizatorze programu;
- **tabliczka** „Ośrodek Działaj Lokalnie” wywieszona w siedzibie ODL;



- **profil na portalu Facebook** dotyczący realizacji programu Działaj Lokalnie lub profil organizacji będącej Ośrodkiem Działaj Lokalnie;
- tzw. **backgrounder** (dokument towarzyszący) z podstawowymi i zaktualizowanymi informacjami o programie „Działaj Lokalnie” i o roli Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności, wysyłany do mediów jako osobny załącznik z każdą informacją prasową czy komunikatem lub włączany do teczek prasowych w czasie wydarzeń publicznych. Dokument ten zostanie dostarczony przez ARFP i PAFW;

NARZĘDZIA REKOMENDOWANE DLA OŚRODKÓW DZIAŁAJ LOKALNIE I KU INSPIRACJI:

- komunikaty prasowe informujące o działaniach w ramach DL;
- informacje we własnych mediach społecznościowych;
- fanpage „Działaj Lokalnie” na portalu Facebook – wrzucanie informacji o projektach w dziale „Posty na stronę”;
- strona www.dzialajlokalnie.pl – wrzucanie aktualności, baza projektów;
- wysyłka pakietów prasowych – kreatywne podejście do realizowanych działań, wysyłka informacji o działaniach w ramach Programu na dowolnym nośniku, drobny gadżet itp.
- konferencje prasowe;
- newslettery;
- druk i dystrybucja publikacji;
- konferencje i seminaria;
- spoty promujące kampanie „1%” na kanałach serwisów treściowych (youtube, Vimeo itp.), w innych mediach społecznościowych (Facebook, Twitter i stronie internetowej „Działaj Lokalnie” oraz poszczególnych fanpage’ach Ośrodków Działaj Lokalnie i ich stronach;
- patronaty medialne i honorowe;
- filmy instruktażowe o komunikacji w konkursie „Opowiedz...”;
- infografiki do użytku na stronach www, w mediach społecznościowych oraz w media relations;
- banery internetowe;
- reklamy w prasie i internecie;

-
- filmy o „Działaj Lokalnie” na kanałach serwisów treściowych (youtube, Vimeo itp.), w innych mediach społecznościowych (Facebook, Twitter) i stronie internetowej „Działaj Lokalnie” oraz poszczególnych fanpage’ach Ośrodków Działaj Lokalnie i ich stronach;
 - blog;
 - stoiska promocyjne na imprezach;
 - spotkania informacyjne Działaj Lokalnie;
 - punkty Informacyjne;
 - banery informacyjne;
 - tablice informacyjne;
 - stragany wystawiennicze;

- graffiti;
- happeningi;
- wędrujące wystawy zdjęć;
- mini przewodniki;
- eventy fotograficzne;
- debaty;
- turnieje gier planszowych;
- inne materiały promocyjne;

Przykładowe materiały promocyjne: np. rollupy, parasole, pendrive’y, kalendarze, notesy, żagielki, naklejki, torby płócienne i papierowe, teczki, długopisy, podkładki pod myszkę, balony, zakładki do książek, ulotki i plakaty z wykorzystaniem kodów QR, odbłaski, przypinki;

DZIAŁANIA INFORMACYJNE I PROMOCYJNE – SZCZEGÓŁY

CELE DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH

CELE NADRZĘDNE:

- **promocja marki** „Działaj Lokalnie” w mediach tradycyjnych, elektronicznych i społecznościowych ze szczególnym naciskiem na media regionalne i ogólnopolskie;
- **promocja sieci** Ośrodków Działaj Lokalnie jako organizacji, które mają duży wpływ na zmiany społeczne;
- **poprawa sposobów komunikacji** Ośrodków Działaj Lokalnie z mediami regionalnymi i ogólnopolskimi;
- **uspójnienie komunikacji** o Programie Działaj Lokalnie pośród wszystkich Ośrodków Działaj Lokalnie;
- **poprawa jakości materiałów** dotyczących Działaj Lokalnie na stronach internetowych Ośrodków Działaj Lokalnie, w ich materiałach promocyjnych oraz w mediach społecznościowych;
- **promocja zaangażowania** Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności, zarówno w środowiskach, które są adresatem jej programów lokalnych, jak i w środowiskach wielkomiejskich;

CELE SZCZEGÓŁOWE:

- nagłośnienie w środowisku lokalnym, regionalnym i ogólnopolskim **działań Ośrodków Działaj Lokalnie** i ich grantobiorców;
- promocja **wspólnego działania** na rzecz lokalnej zmiany, dobra wspólnego i własnego środowiska;
- promocja **lokalnych liderów, społeczników i wolontariuszy** związanych z Programem „Działaj Lokalnie”;
- poinformowanie mediów tradycyjnych i elektronicznych o zasięgu regionalnym i ogólnopolskim o **działaniach** Ośrodków Działaj Lokalnie i ich grantobiorców oraz o **rezultatach** projektów realizowanych przez grantobiorców i same ODL-e;
- zwiększenie wiedzy na temat wieloletniego zaangażowania **Polsko Amerykańskiej – Fundacji Wolności** w rozwój lokalnych społeczności oraz wzrost rozpoznawalności Fundacji wśród adresatów działań promocyjnych i komunikacyjnych;
- zwiększenie poziomu wiedzy opinii publicznej na temat **celów i korzyści** wynikających z realizacji projektów w ramach „Działaj Lokalnie”;

REZULTATY:

- większa liczba materiałów o Programie „Działaj Lokalnie” w mediach regionalnych i ogólnopolskich;
- spójna komunikacja o Programie Działaj Lokalnie na stronach Ośrodków Działaj Lokalnie oraz w mediach społecznościowych;

- lepsza komunikacja o działaniach w wybranych projektach między Ośrodkami Działaj Lokalnie a Akademią Rozwoju Filantropii w Polsce;
- zwiększenie liczby fanów na profilu Działaj Lokalnie na portalu Facebook;
- większa świadomość marki „Działaj Lokalnie” u poszczególnych grup adresatów działań, a w szczególności wśród przedstawicieli mediów;
- większa liczba aktualności na stronie www.dzialajlokalnie.pl zamieszczonych przez Ośrodki Działaj Lokalnie lub/i ich grantobiorców;
- zwiększenie wiedzy na temat wieloletniego zaangażowania **Polsko Amerykańskiej – Fundacji Wolności** w rozwój lokalnych społeczności oraz wzrost rozpoznawalności Fundacji wśród adresatów działań promocyjnych i komunikacyjnych;

ADRESACI DZIAŁAŃ

- media elektroniczne i tradycyjne;
- potencjalni i faktyczni beneficjenci;
- wolontariusze;
- środowisko przedsiębiorców lokalnych;
- przedstawiciele samorządów;
- potencjalni partnerzy społeczni;
- ogół społeczeństwa;

POŻYTECZNE STRONY INTERNETOWE

Portal NGO.pl www.ngo.pl

Technologie NGO: <http://technologie.ngo.pl/>

Poradnik NGO: <http://poradnik.ngo.pl/>

Niezbędnik Działaj Lokalnie: <http://dzialajlokalnie.pl/category/11-Niezbednik/#.VQBD7-G9HQo.pl>

Portal Kampanie Społeczne: www.kampaniespoleczne.pl

Portal Social Press: www.socialpress.pl/

Promuj NGO: www.promujngo.com

Narzędziownik promocyjny Centrum Rozwoju Inicjatyw Społecznych

CRIS do pobrania: http://www.cris.org.pl/images/files/2014/Narzedziownik_promocyjny_dla_organizacji_pozarzadowych.pdf

OSOBY DO KONTAKTU:



Wsparcie komunikacyjne i promocja programu „Działaj Lokalnie”:

Katarzyna Kunert k.kunert@filantropia.org.pl

Strona Działaj Lokalnie, Konkurs „Opowiedz...”, generator wniosków:

Krystyna Jędrzejewska k.jedrzejewska@filantropia.org.pl

Raporty, szkolenia, wizyty studyjne, fundusz komunikacji:

Karolina Muzal k.muzal@filantropia.org.pl

Koordynator:

Iwona Olkowicz i.olkowicz@filantropia.org.pl



**Działaj
lokalnie**

www.dzialajlokalnie.pl