

Harmonogram realizacji planu komunikacji na 2022 rok

Nadnotecka Grupa Rybacka

Termin realizacji (miesiąc/r ok)	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego	Środki przekazu	Zakładane / zrealizowane wskaźniki realizacji działania	Planowane / zrealizowane efekty działań komunikacyjnych	Planowany lub poniesiony koszt zadania
I-XII 2022	1. Przekazanie szczegółowych informacji potencjalnym wnioskodawcom o zasadach aplikowania o wsparcie za pośrednictwem NGR (kto, na co, o ile może wnioskować, koszty kwalifikowalne), o sposobie wypełniania WoD, kryteriach zgodności operacji z LSR, interpretacji poszczególnych kryteriów wyboru operacji, procedurach oceny wniosków itp. 2. Pozyskanie potencjalnych beneficjentów - zachęcenie do złożenia WoD	2.Szkolenia, warsztaty na temat warunków udzielania pomocy, zasad aplikowania o środki oraz wypełnienia WoD	1. Potencjalni beneficjenci, w tym m.in. (w zależności od ogłaszanych naborów): - przedsiębiorcy, rybacy, ich rodziny, pracownicy, przetwórcy w sektorze rybackim, rolnicy, - osoby fizyczne zamierzające rozpocząć prowadzenie działalności gosp. na obszarze NGR, - organizacje społeczne, instytucje i związki w tym zrzeszające rybaków, - mieszkańcy obszaru NGR, - gminy, - podmioty pośredniczące np. firmy konsultingowe 2. Grupa defaworyzowana: młodzi i starsi rybacy obszaru NGR	- prezentacje multimedialne - ulotki lub broszury informacyjne, - materiały drukowane lub wysłane na adres e-mail uczestników lub na płycie CD - warsztaty praktycznego wypełniania WoD i dokumentacji dodatkowej, - komunikatory, czaty, fora internetowe z pracownikami Biura NGR, - podstrona z FAQ (zbiór najczęściej zadawanych pytań i odpowiedzi). Rybacy i grupa defaworyzowana: zintensyfikowanie w/w działań, kontakt osobisty lub telefoniczny	1. Liczba zrealizowanych działań informacyjnych i promocyjnych – 2 szkolenia/warsztaty 2. Ilość uczestników działań informacyjnych i promocyjnych - 10 uczestników szkoleń/warsztatów 3. Ilość informacji zamieszczonych na stronie www NGR – 2 info o szkoleniach/warsztatach 4. Ilość informacji o NGR zamieszczonych przez media lub podmioty zewnętrzne – 14 info o szkoleniach/warsztatach na stronach www gmin 5. Liczba wydanych materiałów informacyjno-promocyjnych – 2 szt., w tym plakaty lub ulotki nt. szkoleń/warsztatów 6. Liczba wejść na stronę/podstrony internetową NGR – 3000 wejść 7. Ilość udzielonych usług doradczych – 4 szt.	1. % uczestników szkoleń i osób korzystających z doradztwa w NGR, którzy w przyszłości zostali wnioskodawcami – 60%	Szkolenia/warsztaty – 147,36 zł
I-XII 2022	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o terminach i zasadach naboru (informacja o	3.Kampania informacyjna na temat naborów wniosków o dofinansowanie	1. Potencjalni beneficjenci, w tym m.in. (w zależności od ogłaszanych naborów): - przedsiębiorcy, rybacy, ich rodziny, pracownicy,	- ogłoszenia w lokalnej prasie lub radio, - ogłoszenia na stronie internetowej NGR, gmin, członków NGR,	1. Ilość informacji zamieszczonych na stronie www NGR – 4 ogłoszenia o naborach 2. Ilość mediów i podmiotów, które zamieściły informacje o	1. Liczba złożonych wniosków za pośrednictwem NGR – 4 wnioski	Ogłoszenia w lokalnej prasie- 2.510,65 zł

	czasie trwania naboru, miejscu i sposobie złożenia WoD, dokumentach dodatkowych, jakie należy złożyć, o kryteriach i procedurach oceny operacji)	organizowanych przez NGR	przetwórcy w sektorze rybackim, rolnicy, - osoby fizyczne zamierzające rozpocząć prowadzenie działalności gosp. na obszarze NGR, - organizacje społeczne, instytucje i związki w tym zrzeszające rybaków, - mieszkańcy obszaru NGR, - gminy, - podmioty pośredniczące np. firmy konsultingowe 2. Grupa defaworyzowana.	- newsletter, - informacja przesłana za pomocą e-mail do potencjalnych beneficjentów, - ogłoszenia, plakaty, ulotki w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, biurowce itp.), - ogłoszenie na tablicy w siedzibie NGR, - punkt informacyjny w Biurze NGR, - komunikatory internetowe, czaty, fora internetowe z pracownikami Biura NGR. Rybacy i grupa defaworyzowana: zintensyfikowanie w/w działań, kontakt osobisty lub telefoniczny	konkursach – 10/konkurs, w tym: prasa lokalna, 7 gmin, 2 członków 3. Ilość informacji o NGR zamieszczonych przez media lub podmioty zewnętrzne – 40 szt., w tym ogłoszenia o naborach na stronach www gmin, członków NGR, lokalnej prasie 4. Liczba wydanych materiałów informacyjno-promocyjnych - 2 szt., w tym ulotki lub plakaty nt. naborów		
I-XII 2022	Poinformowanie beneficjentów o zasadach realizacji i rozliczania projektów oraz ich kontroli	4. Szkolenia na temat zasad realizacji i rozliczania projektów	1. Beneficjenci NGR, którzy podpisali umowę z SWW, wnioskodawcy, których wnioski wybrane zostały do dofinansowania a nie podpisali jeszcze umowy 2. Grupa defaworyzowana. Rybacy i grupa defaworyzowana: zintensyfikowanie w/w działań, kontakt osobisty lub telefoniczny	- prezentacje multimedialne przeprowadzone przez pracowników Biura NGR, przedstawicieli NGR, podmiot zewnętrzny lub SW, - materiały drukowane lub wysłane na adres e-mail uczestników lub na płycie CD - punkt informacyjny w Biurze NGR, - komunikatory, czaty, fora internetowe z pracownikami Biura NGR, - podstrona z FAQ (zbiór najczęściej zadawanych pytań i odpowiedzi),	1. Liczba zrealizowanych działań informacyjnych i promocyjnych – 2 szkolenia 2. Ilość uczestników działań informacyjnych i promocyjnych - 13 uczestników szkoleń 3. Ilość udzielonych usług doradczych – 9 szt.	1. Liczba zrealizowanych operacji (złożone wnioski o płatność) - 10 szt.	Szkolenia - 126,23 zł
I-XII 2022	Zaprezentowanie rzeczywistych efektów/zmian na	5. Kampania promocyjna	1. Społeczność lokalna oraz spoza obszaru NGR 2. Beneficjenci	- artykuły w mediach lokalnych,	1. Liczba zrealizowanych działań informacyjnych i promocyjnych – 3 szt. (1 konferencja/	1. Wzrost wiedzy na temat NGR, LSR (znajomość	22.745,63 zł w tym:

	obszarze NGR, które zaszczyły w wyniku realizacji operacji w ramach poszczególnych instrumentów wsparcia PO RiM 2014-2020 - promocja działalności beneficjentów i zrealizowanych przez nich projektów za pośrednictwem NGR, promocja projektów zrealizowanych przez NGR	zrealizowanych projektów	3. Potencjalni beneficjenci 4. Grupa defaworyzowana	- baza beneficjentów i opisów zrealizowanych przez nich projektów na stronie internetowej NGR, - newsletter, - posty na portalach społecznościowych, - film o zrealizowanych projektach – II cz. „Kroniki Wspomnień NGR” – - konferencja, podsumowująca dokonania beneficjentów i NGR, - ulotki lub broszury promocyjne	podsumowująca dokonania beneficjentów i NGR, 1 film promujący zrealizowane projekty II cz. „Kroniki Wspomnień NGR”, 1 mapa-baza) 2. Ilość uczestników działań informacyjnych i promocyjnych – 44 osoby (konferencja), 3. Liczba wydanych materiałów informacyjno-promocyjnych – 1 szt. (ulotka lub broszura) 4. Ilość informacji zamieszczonych na stronie www NGR – 8 opisów na mapie/ bazie beneficjentów 5. Ilość informacji o NGR zamieszczonych przez media lub podmioty zewnętrzne – 4 artykuły w mediach lokalnych (prasa)	projektów i efektów, świadomość istnienia NGR) – 20%	konferencja - 8.116,91 zł, film promocyjny - 10.000,00 zł, artykuły w prasie - 4.628,72 zł.
I-XII 2022	Zwiększenie świadomości społeczeństwa na temat PO RiM, współfinansowania z EFMR oraz rozpowszechnienie wizualnej marki Programu oraz NGR	7.Promowanie wizualizacji PO RiM 2014-2020 oraz NGR	1. Społeczeństwo lokalne 2. Potencjalni beneficjenci 3. Beneficjenci 4. Grupa defaworyzowana 5. Media	- drukowane i elektroniczne materiały informacyjne i promocyjne, - strony www, - banery, roll-up'y, - targi, wystawy, imprezy promocyjne i kulturalne, - spotkania, konferencje, seminaria, - artykuły, spoty w mediach, - gadżety reklamowe i promocyjne (długopisy, breloczki, notesy, kalendarze itp.) z logo UE, PO Ryby 2014-2020 oraz NGR,	1. Liczba wydanych materiałów informacyjno-promocyjnych – 6szt. (gadżety promocyjne z logo NGR, PO Ryby, UE – długopisy, torby, etui na klucze, koszulki, kurtki przeciwdeszczowe, deski) 2. Liczba zrealizowanych działań informacyjnych i promocyjnych – udział w 3 wydarzeniach 3. Ilość uczestników działań informacyjnych i promocyjnych – ok. 1.500 osób	1. % społeczeństwa znający rolę UE w finansowaniu projektów z zakresu rozwoju obszarów rybackich w Polsce – 50% 2. Odsetek respondentów dostrzegających wpływ LSR na rozwój obszaru NGR – 70% 3. Wzrost wiedzy na temat NGR, LSR (znajomość projektów i efektów,	16.164,46 zł w tym: Gadżety promocyjne - 13.985,39 zł Wydarzenia – 2.179,07 zł

						świadomość istnienia NGR) – 20%	
I-XII 2022	Zdobycie informacji na temat satysfakcji z jakości udzielonego doradztwa świadczonego przez Biuro NGR, jakości działań realizowanych przez NGR, jakości planu komunikacyjnego itp. pod kątem ewaluacji tych działań	9.Badanie satysfakcji z jakości i skuteczności funkcjonowania NGR i wdrażania LSR	1. Potencjalni beneficjenci 2. Beneficjenci 3. Członkowie NGR, 4. Lokalna społeczność obszaru NGR (mieszkańcy) 5. Grupa defaworyzowana	- ankiety wypełniane bezpośrednio po udzielonej poradzie w Biurze NGR lub przeprowadzonym zdarzeniu np. konferencji, szkoleniu, - ankiety wypełniane przez osoby odwiedzające Biuro NGR, - ankiety w wersji elektronicznej dostępne na stronie www NGR oraz rozsyłane na adresy e-mailowe, - zgłoszenie uwagi lub opinii bezpośrednio w biurze NGR, listownie lub e-mailowo, lub podczas WZC,	1.Liczba złożonych ankiet lub zgłoszonych uwag i opinii nt. satysfakcji z jakości i skuteczności funkcjonowania NGR i wdrażania LSR – 80 szt.	90% uczestników działań informacyjnych zadowolonych z ich przeprowadzenia, biorących udział w badaniu ankietowym	Bezkosztowo
I-XII 2022	Otrzymanie informacji zwrotnej na temat zrealizowanych projektów, w tym efektów zrealizowanych operacji	10.Informacja zwrotna na temat projektów	1.Beneficjenci NGR, którzy zrealizowali operacje za pośrednictwem NGR 2. Grupa defaworyzowana	- sprawozdania z realizacji operacji, - ankiety dot. wskaźników zrealizowanych operacji,	1.Liczba otrzymanych ankiet dot. wskaźników zrealizowanych operacji – 9 szt.	1.Liczba operacji, w których zrealizowano planowane wskaźniki – 9 szt.	Bezkosztowo

Sporządzono: Trzcianka, 10.01.2023 r.