

## Harmonogram realizacji planu komunikacji na 2023 rok

### Nadnotecka Grupa Rybacka

Termin realizacji (miesiąc/rok)	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 2023	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	<b>2.Szkolenia, warsztaty na temat warunków udzielania pomocy, zasad aplikowania o środki oraz wypełnienia WoD</b>	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).  Rybacki i grupa defaworyzowana: zintensyfikowanie w/w działań, kontakt osobisty lub telefoniczny	1. Liczba zrealizowanych działań informacyjnych i promocyjnych – <b>1 szkolenie/warsztat</b> 2. Ilość uczestników działań informacyjnych i promocyjnych - <b>10 uczestników szkolenia/warsztatu</b> 3. Ilość informacji zamieszczonych na stronie www NGR – <b>1 info o szkoleniu/warsztacie</b> 4. Ilość informacji o NGR zamieszczonych przez media lub podmioty zewnętrzne – <b>7 info o szkoleniu/warsztacie na stronach www gmin</b> 5. Liczba wydanych materiałów informacyjno-promocyjnych – <b>1 szt., w tym plakat nt. szkolenia/warsztatu</b> 6. Liczba wejść na stronę/podstrony internetową NGR – <b>3000 wejść</b> 7. Ilość udzielonych usług doradczych – <b>4 szt.</b>	1. % uczestników szkoleń i osób korzystających z doradztwa w NGR, którzy w przyszłości zostali wnioskodawcami – <b>60%</b>	Szkolenie/warsztaty - <b>63,30 zł</b>
I-XII 2023	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o terminach i zasadach naboru (informacja o	<b>3.Kampania informacyjna na temat naborów wniosków o dofinansowanie</b>	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 – <b>2 ogłoszenia o naborach</b> 2. Ilość mediów i podmiotów, które zamieściły informacje o	1. Liczba złożonych wniosków za pośrednictwem NGR – <b>4 wnioski</b>	Ogłoszenia w lokalnej prasie- <b>557,92 zł</b>

	czasie trwania naboru, miejscu i sposobie złożenia WoD, dokumentach dodatkowych, jakie należy złożyć, o kryteriach i procedurach oceny operacji)	<b>organizowanych przez NGR</b>	<p>przetwórcy w sektorze rybackim, rolnicy,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- osoby fizyczne zamierzające rozpocząć prowadzenie działalności gosp. na obszarze NGR,</li> <li>- organizacje społeczne, instytucje i związki w tym zrzeszające rybaków,</li> <li>- mieszkańcy obszaru NGR,</li> <li>- gminy,</li> <li>- podmioty pośredniczące np. firmy konsultingowe</li> </ul> <p>2. Grupa defaworyzowana.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- newsletter,</li> <li>- informacja przesłana za pomocą e-mail do potencjalnych beneficjentów,</li> <li>- ogłoszenia, plakaty, ulotki w siedzibach instytucji publicznych (urzędy, biurowce itp.),</li> <li>- ogłoszenie na tablicy w siedzibie NGR,</li> <li>- punkt informacyjny w Biurze NGR,</li> <li>- komunikatory internetowe, czaty, fora internetowe z pracownikami Biura NGR.</li> </ul> <p>Rybaczy i grupa defaworyzowana: zintensyfikowanie w/w działań, kontakt osobisty lub telefoniczny</p>	<p>konkursach – <b>10/konkurs, w tym: prasa lokalna, 7 gmin, 2 członków</b></p> <p>3. Ilość informacji o NGR zamieszczonych przez media lub podmioty zewnętrzne – <b>20 szt., w tym ogłoszenia o naborach na stronach www gmin, członków NGR, lokalnej prasie</b></p> <p>4. Liczba wydanych materiałów informacyjno-promocyjnych - <b>1 szt., w tym ulotka lub plakat nt. naborów</b></p>		
I-XII 2023	Poinformowanie beneficjentów o zasadach realizacji i rozliczania projektów oraz ich kontroli	<b>4. Szkolenia na temat zasad realizacji i rozliczania projektów</b>	<p>1. Beneficjenci NGR, którzy podpisali umowę z SWW, wnioskodawcy, których wnioski wybrane zostały do dofinansowania a nie podpisali jeszcze umowy</p> <p>2. Grupa defaworyzowana.</p> <p>Rybaczy i grupa defaworyzowana: zintensyfikowanie w/w działań, kontakt osobisty lub telefoniczny</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- prezentacje multimedialne przeprowadzone przez pracowników Biura NGR, przedstawicieli NGR, podmiot zewnętrzny lub SW,</li> <li>- materiały drukowane lub wysłane na adres e-mail uczestników lub na płycie CD</li> <li>- punkt informacyjny w Biurze NGR,</li> <li>- komunikatory, czaty, fora internetowe z pracownikami Biura NGR,</li> <li>- podstrona z FAQ (zbiór najczęściej zadawanych pytań i odpowiedzi),</li> </ul>	<p>1. Liczba zrealizowanych działań informacyjnych i promocyjnych – <b>2 szkolenia</b></p> <p>2. Ilość uczestników działań informacyjnych i promocyjnych - <b>20 uczestników szkoleń</b></p> <p>3. Ilość udzielonych usług doradczych – <b>6 szt.</b></p>	1. Liczba zrealizowanych operacji (złożone wnioski o płatność) – <b>6 szt.</b>	Szkolenia - <b>274,20 zł</b>
I-XII 2023	Zaprezentowanie rzeczywistych efektów/zmian na	<b>5. Kampania promocyjna</b>	<p>1. Społeczność lokalna oraz spoza obszaru NGR</p> <p>2. Beneficjenci</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- baza beneficjentów i opisów zrealizowanych przez nich</li> </ul>	<p>1. Liczba zrealizowanych działań informacyjnych i promocyjnych – <b>2 szt. (1 mapa-baza</b></p>	1. Wzrost wiedzy na temat NGR, LSR (znajomość	Wizyta studyjna – <b>3.538,00 zł</b>

	obszarze NGR, które zaszyły 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	<b>zrealizowanych projektów</b>	3. Potencjalni beneficjenci 4. Grupa defaworyzowana	projektów na stronie internetowej NGR, - newsletter, - wizyta studyjna szlakiem projektów NGR	<b>beneficjentów - aktualizacja, 1 wizyta studyjna szlakiem projektów NGR )</b> 2. Ilość uczestników działań informacyjnych i promocyjnych – <b>30 osób (uczestnicy wizyty studyjnej)</b> , 3. Ilość informacji zamieszczonych na stronie www NGR – <b>15 opisów na mapie/ bazie beneficjentów</b>	projektów i efektów, świadomość istnienia NGR) – <b>20%</b>	Mapa-baza - bezkosztowo
I-XII 2023	Upowszechnienie wiedzy na temat efektów i postępów realizacji LSR, umożliwienie wymiany doświadczeń, dobrych praktyk między uczestnikami procesu wdrażania LSR, poinformowanie o sposobie i stopniu wydatkowania środków.	<b>6.Kampania informacyjna nt. postępów i efektów wdrażania LSR</b>	1. Społeczność lokalna oraz spoza obszaru NGR 2. Beneficjenci 3. Potencjalni beneficjenci 4. Media 5. Grupa defaworyzowana	- okresowe sprawozdania z działalności NGR, w tym z realizacji konkursów, celów i wskaźników LSR, - raport ewaluacyjny z działalności NGR, - konferencja, - strona www NGR, - drukowane materiały informacyjne i promocyjne (np. broszury, ulotki)	1.Liczba zrealizowanych działań informacyjnych i promocyjnych – <b>2 szt. (konferencja podsumowująca postęp i efekty wdrażania LSR, raport ewaluacyjny)</b> 2.Ilość uczestników działań informacyjnych i promocyjnych – <b>50 osób (odbiorców raportu i jednocześnie uczestników konferencji)</b> 3. Ilość informacji zamieszczonych na stronie www NGR – <b>1 szt.</b> 4. Liczba wydanych materiałów informacyjno-promocyjnych – <b>1 szt.</b>	1.Wzrost wiedzy na temat NGR, LSR (znajomość projektów i efektów, świadomość istnienia NGR) – <b>20%</b> 2. Odsetek respondentów dostrzegających wpływ LSR na rozwój obszaru NGR – <b>70%</b>	Konferencja - <b>4.082,34 zł</b>  Ewaluacja – <b>10.000,00 zł</b>  Razem - <b>14.082,34 zł</b>
I-XII 2023	Zwiększenie świadomości społeczeństwa na temat PO RiM, współfinansowania z EFMiR oraz rozpowszechnienie	<b>7.Promowanie wizualizacji PO RiM 2014-2020 oraz NGR</b>	1. Społeczność lokalna 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,	1.Liczba wydanych materiałów informacyjno-promocyjnych – <b>4 szt. (gadżety promocyjne z logo NGR, PO Ryby, UE)</b> 2. Liczba zrealizowanych działań informacyjnych i promocyjnych – <b>udział w 4 wydarzeniach</b>	1. % społeczeństwa znający rolę UE w finansowaniu projektów z zakresu rozwoju obszarów	Gadżety promocyjne - <b>6.646,98 zł</b>  Wydarzenia – <b>1.233,25 zł</b>

	wizualnej marki Programu oraz NGR			- spotkania, konferencje, seminaria, - artykuły, spoty w mediach, - gadzety reklamowe i promocyjne (długopisy, breloczki, notesy, kalendarze itp.) z logo UE, PO Ryby 2014-2020 oraz NGR,	3. Ilość uczestników działań informacyjnych i promocyjnych – <b>ok. 1.000 osób (uczestnicy wydarzeń)</b>	rybackich w Polsce – <b>50%</b> 2. Odsetek respondentów dostrzegających wpływ LSR na rozwój obszaru NGR – <b>70%</b> 3. Wzrost wiedzy na temat NGR, LSR (znajomość projektów i efektów, świadomość istnienia NGR) – <b>20%</b>	Razem - <b>7.880,23 zł</b>
I-XII 2023	Przekazanie informacji o nowym okresie programowania 2021-2027	<b>8. Kampania informacyjna o nowym okresie programowania 2021-2027</b>	1. Społeczeństwo lokalne 2. Potencjalni beneficjenci 3. Beneficjenci 4. Grupa defaworyzowana 5. Media	- konsultacje społeczne, on - line - konferencje, spotkania informacyjne, - prace grup roboczych, - strony www,	1. Liczba zrealizowanych działań informacyjnych i promocyjnych – <b>1 szt.</b>	% społeczeństwa znający rolę UE w finansowaniu projektów z zakresu rozwoju obszarów rybackich w Polsce – <b>50%</b>	Bezkosztowo
I-XII 2023	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	<b>9. Badanie satysfakcji z jakości i skuteczności funkcjonowania NGR i wdrażania LSR</b>	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,	1. Liczba złożonych ankiet lub zgłoszonych uwag i opinii nt. satysfakcji z jakości i skuteczności funkcjonowania NGR i wdrażania LSR – <b>50 szt.</b>	<b>90%</b> uczestników działań informacyjnych zadowolonych z ich przeprowadzenia, biorących udział w badaniu ankietowym	Bezkosztowo

				listownie lub e-mailowo, lub podczas WZC,			
I-XII 2023	Otrzymanie informacji zwrotnej na temat zrealizowanych projektów, w tym efektów zrealizowanych operacji	<b>10.Informacja zwrotna na temat projektów</b>	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 – <b>15 szt.</b>	1.Liczba operacji, w których zrealizowano planowane wskaźniki – <b>15 szt.</b>	Bezkosztowo

Sporządzono: Trzcianka, 28.12.2022