

Harmonogram realizacji planu komunikacji na 2021 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 2021	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). Rybacki 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 - 20 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/podstronę internetową NGR – 3000 wejść 7. Ilość udzielonych usług doradczych – 40 szt.	1. % uczestników szkoleń i osób korzystających z doradztwa w NGR, którzy w przyszłości zostali wnioskodawcami – 60%	Szkolenia/warsztaty – 0,00 zł
I-XII 2021	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	Ogłoszenia w lokalnej prasie- 1.115,84 zł

	czasie trwania naboru, miejscu i sposobie złożenia WoD, dokumentach dodatkowych, jakie należy złożyć, o kryteriach i procedurach oceny operacji)	organizowanych przez NGR	<p>przetwórcy w sektorze rybackim, rolnicy,</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 <p>2. Grupa defaworyzowana.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>Rybaczy i grupa defaworyzowana: zintensyfikowanie w/w działań, kontakt osobisty lub telefoniczny</p>	<p>konkursach – 10/konkurs, w tym: prasa lokalna, 7 gmin, 2 członków</p> <p>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</p> <p>4. Liczba wydanych materiałów informacyjno-promocyjnych - 2 szt., w tym ulotki lub plakaty nt. naborów</p>	NGR – 10 wniosków	
I-XII 2021	Poinformowanie beneficjentów o zasadach realizacji i rozliczania projektów oraz ich kontroli	4. Szkolenia na temat zasad realizacji i rozliczania projektów	<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"> - 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), 	<p>1. Liczba zrealizowanych działań informacyjnych i promocyjnych – 2 szkolenia</p> <p>2. Ilość uczestników działań informacyjnych i promocyjnych - 30 uczestników szkoleń</p>	1. Liczba zrealizowanych operacji (złożone wnioski o płatność) – 20 szt.	Szkolenia - 670,00 zł
I-XII 2021	Zaprezentowanie rzeczywistych efektów/zmian na	5. Kampania promocyjna	<p>1. Społeczność lokalna oraz spoza obszaru NGR</p> <p>2. Beneficjenci</p>	- baza beneficjentów i opisów zrealizowanych przez nich	1. Liczba zrealizowanych działań informacyjnych i promocyjnych – 1 szt. (mapa-baza)	1. Wzrost wiedzy na temat NGR, LSR (znajomość	Interaktywna mapa – baza - 2.026,26 zł

	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	zrealizowanych projektów	3. Potencjalni beneficjenci 4. Grupa defaworyzowana	projektów na stronie internetowej NGR, - ulotki lub broszury promocyjne	2. Liczba wydanych materiałów informacyjno-promocyjnych – 1 szt. (ulotka lub broszura) 3. Ilość informacji zamieszczonych na stronie www NGR – 25 opisów na mapie	projektów i efektów, świadomość istnienia NGR) – 20%	
I-XII 2021	Zwiększenie świadomości społeczeństwa na temat PO RiM, współfinansowania z EFMiR 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, - gadzety reklamowe i promocyjne (długopisy, breloczki, notesy, kalendarze itp.) z logo UE, PO Ryby 2014-2020 oraz NGR,	1. Liczba wydanych materiałów informacyjno-promocyjnych – 5 szt. (gadżety promocyjne z logo NGR, PO Ryby, UE) 2. Liczba zrealizowanych działań informacyjnych i promocyjnych – udział w 7 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, świadomość istnienia NGR) – 20%	Gadżety promocyjne - 1.403,57 zł Wydarzenia – 5.751,34 zł

II poł. 2021 r.	Przekazanie informacji o nowym okresie programowania 2021-2027	8. Kampania informacyjna o nowym okresie programowania 2021-2027	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, - drukowane materiały informacyjne i promocyjne (gadżety), - kampanie informacyjne w mediach,	1. Liczba zrealizowanych działań informacyjnych i promocyjnych – szkoleń, seminariów, konferencji, kampanii promocyjnych – 1 szt.	% społeczeństwa znający rolę UE w finansowaniu projektów z zakresu rozwoju obszarów rybackich w Polsce – 50%	Bezkosztowo
I-XII 2021	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 – 40 szt.	90% uczestników działań informacyjnych zadowolonych z ich przeprowadzenia, biorących udział w badaniu ankietowym	Bezkosztowo
I-XII 2021	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 – 5 szt.	1. Liczba operacji, w których zrealizowano planowane wskaźniki – 5 szt.	Bezkosztowo