



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Zał. nr 3 do Wytycznej

INSTRUKCJA

do wypełnienia Formularza zgłaszania propozycji operacji do realizacji w ramach działania Plan komunikacyjny Planu operacyjnego na lata 20...-20... Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

Rozdział I

Wypełnienie formularza

Strona tytułowa

1. Na stronie tytułowej formularza należy wpisać pełną nazwę Podmiotu.
2. Następnie należy określić (w podziale na lata) budżet dla operacji (suma kosztów poszczególnych operacji) wyrażony w kwocie brutto. W pozycji Wnioskowana kwota łączna dla operacji brutto (zł) należy wskazać kwotę, o której zwrot wnioskodawca będzie się ubiegał. Kwoty z pozycji pierwszej i drugiej mogą się różnić. Wnioskowana kwota może obejmować wyłącznie koszty kwalifikowalne w ramach Schematu II Pomocy Technicznej Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 (PT).

I. OSOBA DO KONTAKTU

Należy wpisać dane osoby, która jest upoważniona do udzielania informacji, wyjaśnień dotyczących zgłoszonych operacji.

II. DANE DOTYCZĄCE OPERACJI

Wypełniając formularz należy opisać zakres realizowanej operacji. Każdą planowaną operację należy opisać w oddzielnej tabeli, kopiując tabelę, która jest w formularzu tj. każda zgłaszana operacja opisana jest w oddzielnej tabeli.

Obowiązkowo do uwzględnienia (zgodnie ze Strategią komunikacji PROW 2014-2020) są działania związane z informowaniem i promocją poprzez stronę internetową podmiotu, punkt informacyjny i media (telewizja, radio, prasa lub internet).



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Operacje mogą mieć różną formę realizacji (w tym złożoność), np. może to być szkolenie lub konferencja połączone z zamieszczeniem artykułu w prasie i filmu z konferencji w telewizji internetowej. Do wyboru są działania takie jak seminaria, artykuły w internecie, targi, konkursy, itp., które zostały wskazane w Strategii komunikacji PROW 2014-2020.

Co do zasady każde działanie generuje koszty, nawet jeżeli przez dany podmiot nie są one bezpośrednio ponoszone. Dlatego szacując koszty operacji, nawet jeżeli kwota wnioskowana z PT wyniesie 0 zł, należy wpisać odpowiednią wartość. W sytuacji gdy w ramach danej operacji budżet wnioskowanej kwoty z PT wyniesie 0 zł nie będzie on oceniany pod kątem racjonalności.

Poniżej znajduje się wykaz użytych w formularzu oznaczeń pól.

1) Tytuł operacji

Należy podać tytuł planowanej operacji, np. organizacja stoisk informacyjno-promocyjnych dot. PROW 2014-2020 podczas targów i wystaw; przeprowadzenie szkoleń w zakresie...; druk i dystrybucja broszur na temat...; produkcja i emisja audycji radiowych, itp.

Jeżeli to możliwe projekty należy grupować i umieszczać w jednej tabeli np. wszystkie planowane publikacje, uczestnictwo w targach, itp. W takiej sytuacji zebrane razem planowane do wykonania publikacje mogą tworzyć jedną operację pn. druk i dystrybucja broszur na temat...

2) Forma realizacji (narzędzie komunikacji)

Należy wskazać jaka będzie forma realizacji operacji wykorzystując do tego wskazane w Strategii komunikacji PROW 2014-2020 narzędzia komunikacji, tj. np. szkolenie, seminarium, konferencja, publikacja, audycja telewizyjna, targi, itp. Należy również wskazać szacowaną ilość/ liczbę tych wydarzeń/ przedsięwzięć w ramach projektu/operacji, np. 5 szkoleń, 1 publikacja w nakładzie 1000 szt., itp.

W przypadku druku publikacji należy wskazać rodzaj (ulotka, broszura, folder itp.), dystrybucję (tak/nie), planowaną wielkość (ilość stron) publikacji.

W przypadku stoisk informacyjnych należy wskazać charakter stoiska, powierzchnię niezbędną dla prawidłowej instalacji i funkcjonowania stoiska, wyposażenie oraz zasoby kadrowe, tj. obsługę stoiska, tłumacza, gości do przeprowadzenia pokazu itd.

W przypadku działań dotyczących m. in. radia i telewizji należy wskazać jeżeli dotyczy ilość odcinków, szacowaną długość trwania każdego z nich, w jakich mediach (krajowe/regionalne) planowana jest emisja przedmiotu operacji.

W przypadku konkursów należy wskazać czy planowane są nagrody, jeżeli tak to jakie i w jakiej formie.

3) Grupa docelowa

Należy wskazać odbiorców operacji (według grup określonych w Strategii komunikacji PROW 2014-2020).

4) Liczba uczestników

Dotyczy form bezpośredniego przekazywania informacji takich jak szkolenia, seminaria, konferencje czy wystawy, itp. W tej pozycji wskazać należy liczbę osób, które szacuje się, że



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

będą uczestniczyć w realizowanej operacji, bez wliczania organizatorów, prelegentów, szkoleniowców, wykładowców, itp.

5) Budżet operacji brutto (zł)

W pozycji należy wpisać budżet całkowity operacji wyrażony w kwocie brutto. Kwot na poszczególne operacje nie należy wpisywać w wartościach od/do, lecz poprzez podanie planowanej wartości. Dodatkowo patrz część instrukcji – „Dane dotyczące operacji”.

6) Wnioskowana kwota operacji brutto (zł)

W pozycji należy wpisać kwotę, która będzie finansowana ze środków pomocy technicznej PROW 2014-2020. Kwot na poszczególne operacje nie należy wpisywać w wartościach od/do, a podając planowaną wartość.

Kwoty z pozycji **Budżet operacji** oraz **Wnioskowana kwota operacji** mogą być takie same lub różne w zależności od ewentualnego współfinansowania kosztów z innych źródeł finansowania.

7) Termin realizacji

W pozycji należy wpisać planowany termin realizacji operacji (kwartał).

8) Sposób ewaluacji operacji

W polu tym należy opisać planowane do wykorzystania narzędzia związane z oceną wartości i znaczenia operacji (jeżeli dotyczy), w tym jego efektywności, skuteczności, oddziaływania, trwałości w kontekście założonych celów, np. ankiety poszkoleniowe.

9) Priorytet PROW realizowany w ramach operacji

Należy dla każdej operacji wskazać nazwę Priorytetu PROW, w ramach którego będzie on realizowany. Istnieje możliwość zaznaczenia więcej niż jednego Priorytetu.

Lista priorytetów w części II instrukcji.

10) Cel KSOW realizowany w ramach operacji

Należy dla każdej operacji wskazać Cel KSOW, który będzie realizowany. Istnieje możliwość zaznaczenia więcej niż jednego Celu.

Lista celów w części II instrukcji.

11) Cel główny Strategii komunikacji PROW 2014-2020 realizowany w ramach operacji

Należy dla każdej operacji wskazać cel główny Strategii, który będzie realizowany.

Istnieje możliwość zaznaczenia więcej niż jednego Celu.

Lista celów w części II instrukcji.

12) Cel szczegółowy Strategii komunikacji PROW 2014-2020 realizowany w ramach operacji

Należy dla każdej operacji wskazać cel szczegółowy Strategii, który będzie realizowany.

Istnieje możliwość zaznaczenia więcej niż jednego Celu.

Lista celów w części II instrukcji.

13) Realizowana operacja dotyczy Działania Planu komunikacyjnego PROW 2014-2020

Należy oddzielnie dla każdej operacji wskazać odpowiadające jej **wyłącznie jedno** Działanie Planu komunikacyjnego PROW 2014-2020. Lista działań w części II instrukcji.

14) Realizowana operacja dotyczy Działania/ poddziałania PROW 2014-2020



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Należy wskazać, którego działania/poddziałania PROW 2014-2020 dotyczy operacja.

15) Zakładane cele realizacji operacji

Należy opisać jaka zmiana ma nastąpić w wyniku realizacji operacji. Formułując cele operacji należy mieć na względzie cele KSOW i cele Strategii wskazane w formularzu i pkt 9, 10 i 11 powyżej. Należy wskazać w jakim stopniu cele operacji realizują cele KSOW, priorytety PROW. Dodatkowo należy wskazać zgodność celów zamierzonych do osiągnięcia w ramach operacji z celami głównymi określonymi w Strategii oraz z co najmniej jednym celem szczegółowym określonym w Strategii.

16) Uzasadnienie potrzeby realizacji operacji

W polu należy przedstawić diagnozę problemu, zagadnienia, sytuacji, do której odnosi się operacja. Należy opisać w jaki sposób realizacja operacji przyczyni się do poprawy sytuacji w obszarze zdiagnozowanego problemu.

17) Uzasadnienie zidentyfikowanej grupy docelowej

W polu należy wskazać w jaki sposób została zidentyfikowana grupa docelowa oraz uzasadnić w jaki sposób wybrana grupa docelowa zapewni, że spełnione zostaną cele bądź cel KSOW i w jaki sposób wpłynie to na realizację priorytetów PROW 2014-2020. Dodatkowo należy wskazać w jakim stopniu operacja jest zgodna z Wytyczną w zakresie m.in. grup docelowych, działań obowiązkowych oraz wskaźników realizacji operacji.

18) Uzasadnienie przyjętych narzędzi komunikacji biorąc pod uwagę grupę docelową

Należy uzasadnić, iż przyjęte narzędzia komunikacji zapewnią efektywne dotarcie do zdefiniowanej grupy docelowej

19) Wskaźniki realizacji operacji

W polu tym należy wskazać które ze wskaźników zostaną osiągnięte po zrealizowaniu operacji, wskazując odpowiednio nazwy wskaźników, których interpretacja znajduje się w rozdziale II instrukcji oraz ich planowaną liczbę.

Załącznik:

Zestawienie rzeczowo-finansowe

Wypełniając zestawienie rzeczowo – finansowe dla każdej zgłaszanej operacji należy wypełnić oddzielną tabelę. W załączonym wzorze są dwie tabele, tj. dla dwóch operacji. W przypadku większej liczby operacji należy tabelę odpowiednio skopiować. Dla poszczególnych operacji należy w wierszach wskazać poszczególne pozycje kosztowe, wskazując w kolumnie „Uzasadnienie/uwagi” – uzasadnienie zaplanowanych wydatków / kosztów pod kątem ich niezbędności do realizacji i osiągnięcia celów operacji. Dodatkowo w kolumnie tej należy przedstawić w jaki sposób ustalono wartość wydatku / kosztu biorąc pod uwagę warunek racjonalności.

Np. gdy w ramach operacji realizowane będzie szkolenie/ konferencja/ seminarium/ warsztat/ spotkanie należy wskazać koszty, jeżeli dotyczą: zakwaterowanie/ nocleg, wyżywienie, transport, wynajęcie sali, druk/wykonanie materiałów szkoleniowych, np. film



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

instruktażowy, prezentacje multimedialne, wykonanie materiałów promocyjnych (w tym ich poszczególne rodzaje i ilości, np. notatniki, zestawy konferencyjne).

W przypadku druku publikacji należy wskazać koszty druku, dystrybucji.

W przypadku stoisk informacyjnych należy wskazać, np. koszty wynajmu, wyposażenia, obsługi stoiska.

W przypadku działań w mediach np. radio i telewizja należy wskazać koszty wykonania audycji radiowej, telewizyjnej, itp. koszty emisji.

W przypadku konkursów należy wskazać, np. koszty nagród, wynajęcia sali, wyżywienia.

Podpis

Formularz podpisuje upoważniona osoba.

W przypadku operacji zgłaszanych przez samorząd województwa upoważnioną osobą jest marszałek województwa lub zarząd województwa (przewodniczący lub inna wyznaczona osoba), natomiast w przypadku agencji jest to prezes agencji oraz dyrektor generalny w przypadku Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa

Do formularza należy dołączyć kopię ww. upoważnienia potwierdzoną za zgodność z oryginałem. Kopię ww. upoważnienia załącza się w przypadku, gdy formularz podpisała osoba inna niż marszałek województwa lub zarząd województwa (w przypadku samorządu województwa) i prezes (w przypadku ARIMR) oraz dyrektor generalny (w przypadku KOWR).

Akceptacja

Dotyczy wyłącznie operacji zgłaszanych przez IZ, tj. poszczególne właściwe merytorycznie departamenty MRiRW. Na formularzu znajduje się akceptacja właściwego ministra nadzorującego.

Rekomendacja Wojewódzkiej Grupy Roboczej

Wraz z formularzem przesyłana jest kopia uchwały wojewódzkiej grupy roboczej potwierdzona za zgodność z oryginałem.

Rozdział II

Priorytety, cele i działania KSOW oraz Cele Strategii komunikacji PROW 2014-2020, Działania Planu komunikacyjnego PROW 2014-2020 i wskaźniki

I. PRIORYTETY PROW 2014-2020

1. Ułatwienie transferu wiedzy i innowacji w rolnictwie i leśnictwie oraz na obszarach wiejskich
2. Zwiększenie rentowności gospodarstw i konkurencyjność
3. Wspieranie organizacji łańcucha żywnościowego.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

4. Odtwarzanie, ochrona i wzbogacanie ekosystemów.
5. Promowanie efektywnego gospodarowania zasobami i wspieranie przechodzenia w sektorach rolnym, spożywczym i leśnym na gospodarkę niskoemisyjną i odporną na zmiany klimatu.
6. Promowanie włączenia społecznego, zmniejszenia ubóstwa oraz rozwoju gospodarczego na obszarach wiejskich.

II. CELE KSOW

Cele KSOW określone zostały w Programie Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 oraz w art. 54 ust 2 rozporządzenia 1305/2013.

Zgodnie z logiką interwencji KSOW działanie 8 Plan komunikacyjny wpisuje się wyłącznie w poniższe cele KSOW:

1. Podniesienie jakości wdrażania PROW.
2. Informowanie społeczeństwa i potencjalnych beneficjentów o polityce rozwoju obszarów wiejskich i o możliwościach finansowania.
3. Wspieranie innowacji w rolnictwie, produkcji żywności, leśnictwie i na obszarach wiejskich.

III. CELE STRATEGII KOMUNIKACJI PROW 2014-2020

Cel główny Strategii

- a) Zapewnienie pewnej, aktualnej i przejrzystej informacji o PROW 2014-2020 dla ogółu interesariuszy oraz promowanie Programu, jako instrumentu wspierającego rozwój rolnictwa i obszarów wiejskich w Polsce.
- b) Budowanie pozytywnego wizerunku wsi jako miejsca zamieszkania.

Cele szczegółowe Strategii:

- a) zwiększenie poziomu wiedzy ogólnej i szczegółowej dotyczącej PROW 2014-2020, w tym zapewnienie informacji dotyczących warunków i trybu przyznawania pomocy, dla potencjalnych beneficjentów w zakresie praktycznej wiedzy i umiejętności o sposobie przygotowania wniosków, biznesplanów oraz dla beneficjentów w zakresie przygotowania wniosków o płatność,
- b) uwidocznienie roli Wspólnoty we współfinansowaniu rozwoju obszarów wiejskich w Polsce,
- c) zbudowanie i utrzymanie wysokiej rozpoznawalności EFRROW i PROW 2014-2020 na tle innych programów oraz funduszy europejskich,
- d) zmiana w świadomości mieszkańców kraju funkcjonowania PROW jako programu głównie lub wyłącznie wspierającego rolników/rolnictwo,
- e) poszerzenie grupy zainteresowanych PROW, dotarcie z przekazem do grup nastawionych niechętnie lub krytycznie do FE (w tym PROW), przełamanie negatywnych stereotypów dotyczących życia na obszarach wiejskich.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

IV. DZIAŁANIA PLANU KOMUNIKACYJNEGO PROW 2014-2020 REALIZOWANE W RAMACH PLANU OPERACYJNEGO

1. Działanie: Upowszechnianie wiedzy ogólnej na temat Programu.

Celem działania jest upowszechnienie wiedzy ogólnej na temat Programu, zasad jego wdrażania oraz wkładu Wspólnoty w realizację Programu.

Działanie realizowane jest przez IZ i podmioty, do których delegowano zadania IZ. IZ realizuje działania dla ogółu społeczeństwa, instytucji zaangażowanych bezpośrednio we wdrażanie Programu oraz mediów. Pozostałe podmioty kierują działania do ogółu społeczeństwa, potencjalnych beneficjentów, beneficjentów, instytucji zaangażowanych pośrednio we wdrażanie Programu oraz przedstawicieli mediów.

Realizowane w ramach przedmiotowego działania przedsięwzięcia zapewnią odpowiedni poziom wiedzy ogólnej PROW 2014-2020.

Informacje przekazywane są m. in. poprzez następujące formy komunikacji: szkolenia, konferencje i seminaria, kampanie informacyjne w mediach, popularne seriale, programy, audycje, teleturnieje, audycje/programy edukacyjne emitowane w telewizji, radio, strony internetowe, materiały informacyjne w internecie, media społecznościowe, portal KSOW, punkty informacyjne, konferencje prasowe, materiały promocyjne, konkursy.

W zależności od grupy docelowej stosowane są różne mechanizmy/ narzędzia do przekazywania ogólnych informacji o Programie, których wykaz znajduje się w tabeli nr 2 Strategii.

2. Działanie: Zapewnienie informacji o Programie podmiotom zaangażowanym w realizację Strategii.

Celem działania jest zwiększenie efektywności procesu informowania o PROW poprzez przekazywanie aktualnych i pewnych informacji do podmiotów, do których delegowano zadania IZ.

Działanie realizowane jest przez IZ, która na bieżąco i zgodnie z aktualnymi potrzebami ww. podmiotów przeprowadza przedsięwzięcia, dzięki którym zwiększa się i pogłębia wiedza na temat Programu.

Informacje przekazywane są m. in. poprzez następujące formy komunikacji: spotkania robocze, szkolenia, w trybie elektronicznego przekazywania danych.

3. Działanie: Informowanie o rezultatach Programu oraz wkładzie Wspólnoty podmiotów zaangażowanych w realizację Strategii.

Celem działania jest zapewnienie odpowiedniej i bezpośredniej informacji na temat realizacji Programu, osiągniętych rezultatów, a także o zakresie udzielanej pomocy przez Unię Europejską w ramach Programu tak, by podmioty zaangażowane w realizację Strategii mogły przekazywać te informacje pozostałym grupom docelowym.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Działanie realizowane jest przez IZ i skierowane jest do Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa, samorządów województw.

Informacje przekazywane są przez IZ m. in. poprzez następujące formy komunikacji: strony internetowe, szkolenia, warsztaty, seminaria, drukowane materiały informacyjne i promocyjne (np. broszury, ulotki).

4. Działanie: Przekazywanie potencjalnym beneficjentom/ beneficjentom Programu szczegółowych informacji dotyczących warunków i zasad udzielania pomocy.

Celem działania jest upowszechnienie wiedzy aktualnej, sprawdzonej i szczegółowej dotyczącej Programu dotyczącej zasad wdrażania, praktycznej wiedzy i umiejętności o sposobie przygotowywania wniosków o przyznanie pomocy, biznesplanów, zobowiązań wynikających z umów i sankcji związanych z ich niezrealizowaniem oraz informacji w zakresie przygotowania wniosków o płatność. Realizowane w ramach przedmiotowego działania przedsięwzięcia zapewnią odpowiedni poziom wiedzy szczegółowej.

Działanie realizowane jest przez IZ w zakresie informowania podmiotów, do których delegowano zadania oraz przez te podmioty w zakresie potencjalnych beneficjentów, beneficjentów i instytucji zaangażowanych pośrednio we wdrażanie Programu

Informacje przekazywane są m. in. poprzez następujące formy komunikacji: strony internetowe, punkty informacyjne, szkolenia, spotkania, warsztaty, seminaria, drukowane materiały informacyjne i promocyjne (np. broszury, ulotki).

5. Działanie: Informowanie o rezultatach Programu oraz o wkładzie Wspólnoty w realizację Programu (nie dotyczy podmiotów zaangażowanych w realizację Strategii).

Celem działania jest zapewnienie odpowiedniej i bezpośredniej informacji na temat realizacji Programu, osiągniętych rezultatów, a także o zakresie udzielanej pomocy przez Unię Europejską w ramach Programu.

W ramach tego działania podmioty, do których delegowano zadania realizują przedsięwzięcia upowszechniające rzetelną i aktualną wiedzę o realizacji Programu, w tym m.in. prezentowanie rzeczywistych efektów/zmian na obszarach wiejskich i w rolnictwie, które zaszły w wyniku realizacji operacji w ramach poszczególnych instrumentów wsparcia PROW 2014-2020.

Działanie skierowane jest do ogółu społeczeństwa, potencjalnych beneficjentów, beneficjentów, instytucji zaangażowanych pośrednio we wdrażanie Programu oraz przedstawicieli mediów.

Informacje przekazywane są m. in. poprzez następujące formy komunikacji: strony internetowe, media społecznościowe, spotkania, konferencje, drukowane materiały informacyjne i promocyjne (np. broszury, ulotki), kampanie informacyjne w mediach (telewizja, radio, prasa), materiały promocyjne, targi, wystawy, imprezy o charakterze



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

rolniczym, kampanie informacyjne w mediach (telewizja, radio, prasa), audycje/programy edukacyjne emitowane w telewizji, radio, działania edukacyjne w mediach (np. audycje).

6. Działanie: zapewnienie informacji pracownikom punktów informacyjnych PROW 2014-2020, PIFE oraz podmiotom doradczym i LGD.

Celem działania jest dostarczenie pewnych, aktualnych i sprawdzonych informacji oraz podnoszenie wiedzy i praktycznych umiejętności w zakresie przygotowywania projektów i wniosków w ramach poszczególnych działań PROW 2014-2020, w szczególności w zakresie praktycznej wiedzy i umiejętności w przygotowywaniu wniosków i biznesplanów.

Działanie realizowane przez IZ oraz podmioty, do których delegowano zadania. Grupą docelową dla IZ są doradcy, pracownicy punktów informacyjnych PROW 2014-2020 oraz PIFE, natomiast podmioty kierują swoje działania do doradców oraz LGD.

Informacje przekazywane są m. in. poprzez następujące formy komunikacji: strony internetowe, szkolenia, seminaria, warsztaty, drukowane materiały informacyjne i promocyjne (np. broszury, ulotki).

7. Zapewnienie odpowiedniej wizualizacji Programu.

Celem działania jest zwiększenie świadomości społeczeństwa na temat realizacji Programu i wkładu Wspólnoty oraz rozpowszechnienie wizualnej marki Programu.

Działanie realizowane jest przez IZ i podmioty zaangażowane w realizację działań informacyjno-promocyjnych. Skierowane jest do ogółu społeczeństwa, beneficjentów i potencjalnych beneficjentów, instytucji zaangażowanych pośrednio i bezpośrednio we wdrażanie Programu oraz przedstawicieli mediów.

Informacje przekazywane są m. in. poprzez następujące formy komunikacji: strony internetowe, spotkania, konferencje, drukowane materiały informacyjne i promocyjne (np. broszury, ulotki), kampanie informacyjne w mediach (telewizja, radio, prasa), materiały promocyjne, targi, wystawy, imprezy o charakterze rolniczym.

8. Działanie: Zapewnienie informacji o nowym okresie programowania 2021-2027.

Celem działania jest zapewnienie odpowiedniej informacji o nowym okresie programowania. Działanie realizowane przez IZ skierowane jest do ogółu społeczeństwa, potencjalnych beneficjentów, beneficjentów, instytucji zaangażowanych pośrednio i bezpośrednio we wdrażanie Programu oraz przedstawicieli mediów.

W ramach działania prowadzone będą w szczególności konsultacje społeczne programu na lata 2021-2027, organizowane będą konferencje, spotkania informacyjne, prace grup roboczych oraz interaktywne konsultacje on-line.

9. Działanie: Kompleksowy projekt promocji PROW 2014-2020

V. WSKAŹNIKI



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Szkolenia/ seminaria/ inne formy szkoleniowe dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów

Łączna liczba tych form spotkań, które mają aspekt rozwijania wiedzy na konkretny temat oraz ich koszty. Inne formy szkoleniowe to np. warsztaty, kursy, spotkania.

Uczestnicy szkoleń/ seminariów/ innych form szkoleniowych dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów

Łączna liczba uczestników tej formy spotkań; bez wliczania organizatorów, prelegentów, szkoleniowców, wykładowców, itp. Dana osoba powinna zostać policzona tyle razy, w ilu spotkaniach wzięła udział

Konferencje

Łączna liczba konferencji (formy informacyjne i promocyjne, główny cel organizacji przedsięwzięcia to przekazanie informacji, promocja, nie szkolenie) oraz koszty konferencji.

Uczestnicy konferencji

Łączna liczba uczestników tej formy spotkań, bez wliczania organizatorów, prelegentów, szkoleniowców, wykładowców, itp. Dana osoba powinna zostać policzona tyle razy, w ilu spotkaniach wzięła udział

Szkolenia/ inne formy szkoleniowe dla pracowników punktów informacyjnych i doradców

Łączna liczba tych form spotkań, które mają aspekt rozwijania wiedzy na konkretny temat oraz ich koszty. Inne formy szkoleniowe to np. warsztaty, kursy, spotkania.

Uczestnicy szkoleń/ innych form szkoleniowych dla pracowników punktów informacyjnych i doradców

Łączna liczba uczestników tej formy spotkań, bez wliczania organizatorów, prelegentów, szkoleniowców, wykładowców, itp. Dana osoba powinna zostać policzona tyle razy, w ilu spotkaniach wzięła udział

Targi, wystawy, imprezy lokalne, regionalne, krajowe i międzynarodowe

Łączna liczba targów, wystaw, imprez na poziomie lokalnym, regionalnym, krajowym lub międzynarodowym, w których uczestniczył lub którą organizował dany podmiot poprzez zorganizowanie stoiska informacyjnego oraz koszty tych wydarzeń o charakterze promocyjnym.

Uczestnicy targów, wystaw, imprez lokalnych, regionalnych, krajowych i międzynarodowych

Łączna liczba osób wizytujących wydarzenie. Wartość wskaźnika podaje wyłącznie podmiot, który organizował dane wydarzenie.

Tytuły publikacji wydanych w formie papierowej

Łączna liczba tytułów (rodzajów, nie nakładów) różnych publikacji wydanych w formie papierowej i publicznie dostępnych oraz koszty tych publikacji. Należy uwzględnić również te, których wydanie nie wiązało się z poniesieniem kosztów dających się wyliczyć (tzw. koszty własne). Obliczając wartość wskaźnika należy zsumować tytuły wszystkich publikacji wydanych w formie papierowej i publicznie dostępnych np. broszur, ulotek, folderów, publikacji samodzielnych, biuletynów, gazetek, itp. Do



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

wskaźnika nie należy wliczać wydanych aktów prawnych, tekstów wytycznych, programu lub załączników do niego oraz innych dokumentów. Nie należy też wliczać publikacji w znaczeniu artykułów prasowych lub internetowych oraz materiałów szkoleniowych. W przypadku broszur wydawanych cyklicznie (np. kwartalników, miesięczników) każdy numer należy policzyć osobno. Publikacja nie może być liczona dwukrotnie w przypadku, gdy powstała w dwóch wersjach: papierowej i elektronicznej.

Tytuły publikacji wydanych w formie elektronicznej

Łączna liczba publikacji w wersji elektronicznej i publicznie dostępnej oraz koszty tych publikacji. Definicja publikacji w wierszu powyżej. Do wskaźnika nie należy wliczać publikacji w znaczeniu artykułów internetowych, utworów filmowych, dźwiękowych, plików zawierających prezentacje multimedialne np. ze spotkań lub konferencji. Publikacja nie może być liczona dwukrotnie w przypadku, gdy powstała w dwóch wersjach: papierowej i elektronicznej.

Artykuły/wkładowki w prasie i w internecie

Łączna liczba artykułów/ wkładek oraz ogłoszeń itp. opublikowanych w prasie drukowanej i w internecie oraz koszty. Opublikowany artykuł nie może być liczony dwukrotnie w przypadku, gdy powstał w dwóch wersjach: papierowej i elektronicznej.

Audycje, programy, spoty w radio, telewizji i internecie

Łączna liczba wyemitowanych filmów, programów, audycji w mediach oraz ich koszty.

Słuchalność/oglądalność audycji, programów, spotów

Łączna liczba osób oglądających programy tv (dane o oglądalności możliwe do uzyskania od wykonawcy - stacji tv) oraz słuchaczy radiowych (dane o słuchalności możliwe do uzyskania od wykonawcy - stacji radiowej).

Strony internetowe

Liczba stron internetowych oraz ich koszt.

Unikalni użytkownicy strony internetowej

Łączna liczba użytkowników strony określana na podstawie pojedynczych numerów komputerów IP albo liczba pojedynczych programów cookie identyfikujących użytkownika korzystającego z danego serwisu internetowego, zgodnie z Google Analytics.

Odwiedziny strony internetowej

Łączna liczba odwiedzin strony/serwisu/portalu internetowego dot. PROW 2014-2020 zgodnie ze statystyką Google Analytics lub inną używaną aplikacją w okresie sprawozdawczym. Obliczając wartość wskaźnika należy zsumować liczbę odwiedzin (dot. nie całego portalu/serwisu, tylko tych konkretnych dot. PROW 2014- 2020). Do wartości wskaźnika wliczana jest liczba odwiedzin danego portalu/serwisu internetowego poświęconego programowi, lub odwiedzin wszystkich zakładek/podzakładek/stron poświęconych programowi, jeśli portal obejmuje szerszą tematykę, w danym przedziale czasowym. Odwiedziny są rozumiane jako grupa interakcji zachodzących w witrynie w danym przedziale czasowym.

Fora internetowe, media społecznościowe itp.

Liczba wykorzystywanych narzędzi.

Unikalni użytkownicy forów internetowych, mediów społecznościowych, itp.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Liczba profili/ kont w serwisach internetowych służących komunikacji poprzez interaktywny dialog. Chodzi o takie narzędzia jak np. Facebook, LinkedIn, Twitter, itp.

Odwiedziny forów internetowych, mediów społecznościowych, itp.

Łączna liczba fanów na facebooku, obserwujących twitter, itp.

Konkursy

Łączna liczba konkursów oraz ich koszty

Uczestnicy konkursów

Łączna liczba uczestników konkursów

Udzielone konsultacje w punkcie informacyjnym PROW 2014-2020

Liczba osób, którym udzielono informacji w punkcie informacyjnym. W przypadku ponownego zapytania przez jedną osobę, każdą udzieloną konsultację należy policzyć jako oddzielną konsultację.

Materiały promocyjne

Łączny koszt wykonanych materiałów promocyjnych.