



**Unia Europejska**  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



**PLAN INFORMACJI I PROMOCJI  
PROGRAMU OPERACYJNEGO „RYBACTWO I MORZE”  
na rok 2020**

Warszawa, dnia *10.12.2020 r.*

**AKCEPTUJĘ**

Z up. Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi

  
*Janusz Wrona*



## 1. Cele działań

Mając na uwadze zobowiązania w zakresie działań informacyjno-promocyjnych związanych z Europejskim Funduszem Morskim i Rybackim oraz wdrażanym Programem Operacyjnym "Rybactwo i Morze" (dalej PO RYBY 2014-2020), jakie wynikają w szczególności z Rozporządzenia Rady i PE nr 508/2014 z dnia 15 maja 2014 r. w sprawie Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego (...) <sup>1</sup> oraz rozporządzenia Ministra Gospodarki Morskiej i Żeglugi Śródlądowej z dnia 27 października 2016 r., w sprawie warunków i sposobu wykonywania przez samorząd województwa zadań instytucji zarządzającej Programem Operacyjnym „Rybactwo i Morze” oraz warunków finansowania samorządu województwa w związku z wykonywaniem tych zadań<sup>2</sup>, jak również zapisy obowiązującego Opisu funkcji i procedur (OFIP) oraz Instrukcji Wykonawczej Instytucji Zarządzającej PO RYBY 2014-2020, Instytucja Zarządzająca Mzgodnie z art. 97 rozporządzenia 508/2014 odpowiada za:

- zapewnienie reklamy programu operacyjnego poprzez informowanie potencjalnych beneficjentów, organizacji zawodowych, partnerów gospodarczych i społecznych, podmiotów zaangażowanych w propagowanie równości kobiet i mężczyzn oraz zainteresowanych organizacji pozarządowych, w tym organizacji zajmujących się kwestiami środowiska naturalnego, o możliwościach oferowanych przez program i zasadach uzyskania dostępu do finansowania w ramach programu,
- zapewnienie reklamy programu operacyjnego przez informowanie beneficjentów o wkładzie Unii oraz ogółu społeczeństwa – o roli odgrywanej przez Unię w programie.

Powyższe obowiązki zostały uszczegółowione w art. 119 rozporządzenia 508/2014, zgodnie z którym IZ jest odpowiedzialna za:

- a) zapewnienie stworzenia jednej strony internetowej lub jednego portalu internetowego dostarczającego informacje na temat programu operacyjnego w każdym państwie członkowskim oraz dostępu do niego;
- b) informowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach finansowania w ramach programu operacyjnego;
- c) upowszechnianie wśród obywateli Unii roli i osiągnięć EFMR przez działania informacyjne i komunikacyjne (promocyjne) na temat rezultatów i oddziaływania umów partnerstwa, programów operacyjnych i operacji;
- d) zapewnienie, aby do publicznej wiadomości podane zostało podsumowanie dotyczące środków mających na celu zapewnienie zgodności z przepisami WPRYB, w tym przypadków nieprzestrzegania WPRYB przez państwa członkowskie lub beneficjentów, a także działań naprawczych, takich jak korekty finansowe.

IZ angażuje w działania informacyjne i promocyjne, zgodnie z krajowymi przepisami i praktykami, następujące podmioty:

- a) partnerów, o których mowa w art. 5 rozporządzenia (UE) nr 1303/2013;
- b) ośrodki informacji europejskiej, jak również przedstawicielstwa Komisji w państwach członkowskich;
- c) instytucje edukacyjne i badawcze.

Podmioty te powinny szeroko rozpowszechniać informacje, o których mowa w art. 119 ust. 1 lit. a i b.

Samorząd województwa zgodnie z § 2 ust. 1 pkt. 1) ppkt a) ww. rozporządzenia Ministra Gospodarki Morskiej i Żeglugi Śródlądowej realizując powierzone mu zadania instytucji zarządzającej informuje, w tym rozpowszechnia informacje o programie, w tym o zasadach i trybie przyznawania pomocy w ramach priorytetu 4 zawartego w programie, w szczególności podawanie tych informacji do publicznej

<sup>1</sup> Rozporządzenie Rady i PE nr 508/2014 z dnia 15 maja 2014 r. w sprawie Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego<sup>1</sup> oraz uchylające rozporządzenia Rady (WE) nr 2328/2003, (WE) nr 861/2006, (WE) nr 1198/2006 i (WE) nr 791/2007 oraz rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1255/2011

<sup>2</sup> Dz.U. 2016 poz. 1768, z 2017 poz. 2264





wiadomości na stronie internetowej urzędu marszałkowskiego, oraz informowanie beneficjentów o obowiązkach wynikających z przyznania tej pomocy.

Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, realizując zadania instytucji zarządzającej w ramach priorytetów i pomocy technicznej, objętych Programem, zgodnie z Porozumieniem Nr 01 MGMIŻŚ/ARIMR z dnia 09 grudnia 2016 r. zapewni, w uzgodnieniu z instytucją zarządzającą, w szczególności informowanie ogółu społeczeństwa, potencjalnych beneficjentów i beneficjentów, w tym podmioty, o których mowa w art. 97 ust. 1 lit. b rozporządzenia nr 508/2014 oraz w ust. 2 pkt 3 załącznika V do tego rozporządzenia, o realizowanych priorytetach, działaniach, możliwościach finansowania w ramach Programu, jak też beneficjentów, o wkładzie Unii Europejskiej oraz ogółu społeczeństwa - o roli odgrywanej przez Unię Europejską w Programie, w szczególności z uwzględnieniem zasad dotyczących działań informacyjnych i promocyjnych określonych w art. 119 rozporządzenia nr 508/2014 i w ust. 3.1. pkt 2 załącznika V do tego rozporządzenia, oraz w rozporządzeniu wykonawczym Komisji (UE) nr 763/2014 z dnia 11 lipca 2014 r. ustanawiającym zasady stosowania rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 508/2014 w sprawie Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego w odniesieniu do charakterystyki technicznej działań informacyjnych i promocyjnych oraz wytycznych dotyczących reprodukcji symbolu Unii (Dz. Urz. UE L 209 z 16.07.2014, str. 1).

Tym niemniej, w związku z wciąż trwającą pademią koronawirusa występują znaczne ograniczenia co do możliwości prowadzenia działań informacyjno – promocyjnych przy zastosowaniu konwencjonalnych środków, w tym poprzez udział w imprezach, seminariach i konferencjach o charakterze międzynarodowym, krajowym czy lokalnym. Utrudnione jest też prowadzenie stacjonarnych spotkań szkoleniowych i informacyjnych. Oznacza to niemożność precyzyjnego planowania działań oraz zaplanowania budżetu na działania informacyjno promocyjne, w szczególności w odniesieniu do powyżej wymienionych działań.

## **2. Kategorie grup docelowych**

- 1) ogół społeczeństwa;
- 2) potencjalni beneficjenci i beneficjenci PO RYBY 2014-2020, w szczególności;
  - a) właściciele jednostek rybackich,
  - b) armatorzy jednostek rybackich,
  - c) rybacy,
  - d) osoby fizyczne i prawne, jednostki organizacyjne nie posiadające osobowości prawnej działające w szczególności w sektorze rybackim,
  - e) przedsiębiorcy działający w sektorze rybackim,
  - f) instytuty badawcze oraz organizacje naukowe zajmujące się rybnictwem i rybołówstwem,
  - g) Rybackie Lokalne Grupy Działania;
- 3) instytucje zaangażowane bezpośrednio i pośrednio we wdrażanie PO RYBY 2014-2020;
- 4) instytucje, organizacje oraz stowarzyszenia, których działalność związana jest bezpośrednio lub pośrednio z sektorem rybackim (w tym przetwórstwo);
- 5) jednostki samorządu terytorialnego i administracji rządowej w województwach;
- 6) organizacje zawodowe działające w sektorze rybackim;
- 7) partnerzy gospodarczy i społeczni;
- 8) podmioty zaangażowane w propagowanie równości kobiet i mężczyzn;
- 9) zainteresowane organizacje pozarządowe, w tym organizacje zajmujące się kwestiami środowiska naturalnego;
- 10) instytucje/organizacje działające na rzecz rozwoju obszarów rybackich;
- 11) jednostki samorządu terytorialnego i jednostki organizacyjne podległe tym jednostkom, organizacje pozarządowe w rozumieniu przepisów o działalności pożytku publicznego i wolontariacie, których celem statutowym jest działalność na rzecz rozwoju sektora rybołówstwa i akwakultury;
- 12) podmioty prawa publicznego, o których mowa w art. 2 pkt 16 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013 z dnia 2013 r. ustanawiającego wspólne przepisy

dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności, Europejskiego Funduszu na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz uchylającego rozporządzenie Rady (WE) nr 1083/2006;

13) środki masowego przekazu.

### 3. Sposób znakowania działań informacyjno-promocyjnych

Zgodnie z obowiązującym rozporządzeniem wykonawczym Komisji (UE) nr 763/2014, Księgą wizualizacji znaku PO RYBY 2014-2020 oraz wytycznymi w zakresie wspólnych działań informacyjno-promocyjnych finansowanych z funduszy EFRROW i EFMR, zawartymi w szczególności w Księdze Wizualizacji Znaku PROW 2014-2020, we wszystkich działaniach informacyjnych i promocyjnych skierowanych do beneficjentów, potencjalnych beneficjentów i opinii publicznej, popularyzujących wsparcie ze środków Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego, musi być zapewniona w szczególności właściwa identyfikacja wizualna Unii Europejskiej (UE) wraz z odniesieniem do Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego (EFMR) i Programu Operacyjnego „Rybnactwo i Morze” (PO RYBY 2014-2020) tj. stosowanie odpowiednich oznaczeń, również na stronach internetowych, na których publikowane są informacje na temat PO RYBY 2014-2020 oraz wszystkich materiałów informacyjno-promocyjnych.

W przypadku zadań współfinansowanych z EFMR realizowane działania informacyjne i promocyjne, są oznaczone obowiązkowo przy pomocy następujących elementów:

- znak (symbol) Unii Europejskiej UE oraz nazwy: Unia Europejska, Europejski Fundusz Morski i Rybacki;
- logo PO RYBY 2014-2020, złożone z symbolu graficznego oraz nazwy programu.

W zestawie kilku znaków logo Unii Europejskiej zawsze występuje po prawej stronie, logo PO RYBY 2014-2020 po lewej, pomiędzy nimi inne dopuszczalne znaki, rozmieszczone w równej odległości.

W przypadkach, gdy nie jest możliwe zastosowanie logotypów w poziomie, można je zamieścić w pionie, przy czym logo PO RYBY 2014-2020 znajduje się na górze, a logo UE na dole.

#### Obowiązujący układ zestawienia znaków:

##### Układ poziomy



Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



##### Układ pionowy



Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki





Jeśli w zestawieniu lub na materiale występują inne znaki (logo), to flaga Unii Europejskiej ma przynajmniej taki sam rozmiar, mierzony w szerokości bądź wysokości, jak największe z pozostałych znaków.

Logo Unii Europejskiej oraz logo PO RYBY 2014-2020 muszą być zawsze umieszczone w widocznym miejscu. Zamieszczając je należy odpowiednio dostosować ich wielkość oraz miejsce zamieszczenia do formatu wykorzystanego materiału, przedmiotu itp. Minimalna wysokość symbolu Unii wynosi 1 cm. W przypadku niewielkich przedmiotów reklamowych, minimalna wysokość to 5 mm.

W przypadku zadań współfinansowanych z EFMR i EFRROW działania informacyjne i promocyjne oznaczamy elementami:

- znak (symbol) Unii Europejskiej UE oraz nazwy: Unia Europejska, Europejskie Fundusze Strukturalne i Inwestycyjne;
- logo Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 (PROW 2014-2020);
- logo LEADER – w przypadku działań angażujących środki finansowe w ramach Leader;
- logo Programu Operacyjnego „Rybactwo i Morze” PO RYBY 2014-2020.

W zestawieniu znaków logo Unii Europejskiej zawsze występuje po prawej stronie, logo PO RYBY 2014-2020 po lewej, pomiędzy nimi inne znaki, rozmieszczone w równej odległości.

#### Przykładowe zestawienie znaków:



Oznakowanie należy stosować na:

- ogólnych materiałach promocyjnych;
- materiałach promocyjnych, na których oprócz informacji o programie finansowanym z funduszu wiodącego, znajdują się wiadomości na temat drugiego z programów;
- ogłoszeniach o naborach wniosków w przypadku konkursów ogłaszanych w ramach poszczególnych programów;
- materiałach szkoleniowych, zwłaszcza w przypadku szkoleń odnoszących się do konkursów realizowanych w ramach programu, który nie pochodzi z funduszu wiodącego.

Na materiałach informacyjnych (np. publikacje, prezentacje) obowiązkowe jest również zamieszczenie dodatkowych elementów dotyczących Instytucji Zarządzającej Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 oraz Programem Operacyjnym „Rybactwo i Morze” oraz wskazanie podmiotu opracowującego Publikację zgodnie z obowiązującymi Księgami Wizualizacji Znaku.

Dozwolone jest zamieszczenie logo beneficjenta, logo lokalnej grupy działania, herbu/logo instytucji pośredniczącej, województwa lub gminy, logo partnera KSOW pomiędzy znakiem UE i logo PROW 2014-2020

W zestawieniu znaków nie mogą być umieszczane logotypy wykonawców, którzy wykonują działania w ramach danej operacji, ale którzy nie są jej beneficjentami.

#### 4. Zasady sprawozdawczości ze stopnia realizacji działań informacyjno-promocyjnych

Zgodnie z art. 25 ustawy z dnia 10 lipca 2015 r. o wspieraniu zrównoważonego rozwoju sektora rybackiego z udziałem Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego (tekst jednolity Dz. U. z 2020 r. poz. 251, 875) instytucje pośredniczące w ramach realizacji programu operacyjnego sporządzają i przekazują do instytucji zarządzającej sprawozdania roczne z realizacji poszczególnych priorytetów i pomocy technicznej oraz w odniesieniu do programu operacyjnego PO RYBY 2014-2020.

W ramach ww. sprawozdań, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Gospodarki Morskiej i Żeglugi Śródlądowej z dnia 6 grudnia 2016 r. w sprawie zakresu i rodzaju sprawozdań oraz trybu i terminów ich przekazywania w ramach realizacji Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze" przedstawiane są informacje dotyczące podjętych czynności dotyczących informacji i promocji w odniesieniu do realizowanych działań i poddziałań.

#### 5. Przykładowe rodzaje aktywności realizowanych w ramach podejmowanych działań informacyjno-promocyjnych dotyczących Programu Operacyjnego „Rybactwo i Morze”

5.1. Udział w spotkaniach, konferencjach, seminariach, sympozjach organizowanych przez instytucje
5.2 Organizowanie spotkań, szkoleń, warsztatów, konferencji, seminariów, konkursów, wizyt studyjnych, konferencji prasowych
5.3. Organizowanie/współorganizowanie imprez promocyjnych i sponsoring
5.4. Wykonanie materiałów promocyjnych
5.5. Przygotowanie, opracowanie graficzne, druk i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych na temat PO RYBY 2014-2020 i poszczególnych jego działań
5.6. Prowadzenie/modernizacja stron internetowych
5.7. Przygotowanie audycji/materiałów oraz/lub wyemitowanie ich w telewizji i/lub radiu, Internecie
5.8. Przygotowanie artykułów sponsorowanych nt. PO RYBY 2014-2020 i wykup powierzchni w prasie (reklama prasowa)
5.9. Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji o PO RYBY 2014-2020
5.10. Udział w międzynarodowych, ogólnopolskich, regionalnych lub lokalnych imprezach w ramach działań informacyjno-promocyjnych PO RYBY 2014-2020
5.11. Monitoring prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych
5.12. Pisemne udzielanie odpowiedzi beneficjentom



## **I. Działania informacyjno-promocyjne realizowane przez Instytucję Zarządzającą**

### **I.1. Opis planowanych działań informacyjnych i promocyjnych oraz sposób ich realizacji**

Instytucja Zarządzająca PO RYBY 2014-2020 przewiduje prowadzenie większości rodzajów aktywności wymienionych w pkt. 5:

- 5.1 Udział w spotkaniach, konferencjach, seminariach, sympozjach organizowanych przez instytucję; Udział pracowników Instytucji Zarządzającej zaangażowanych we wdrażanie PO RYBY 2014-2020 zależny od ilości wydarzeń organizowanych w ciągu całego roku.
- 5.2 Organizowanie spotkań, szkoleń, warsztatów, konferencji, seminariów, konkursów, wizyt studyjnych, konferencji prasowych;  
Działanie nieplanowane
- 5.3 Organizowanie/współorganizowanie imprez promocyjnych i sponsoring;  
Działanie nieplanowane.
- 5.4 Wykonanie materiałów promocyjnych;  
Wykonywanie materiałów promocyjnych w zależności od potrzeb.
- 5.5 Przygotowanie, opracowanie graficzne, druk i dystrybucję materiałów informacyjno-promocyjnych na temat PO RYBY 2014-2020 i poszczególnych jego działań;  
Przygotowanie publikacji dotyczących „Dobrych praktyk” – projektów finansowanych przy udziale EFMR, opracowanie i druk książeczki dla dzieci prezentującej wybrane gatunki polskich ryb, druk kalendarzy oraz ich dystrybucja w trakcie spotkań, imprez promocyjnych PO RYBY 2014-2020, a także wysyłka pocztą do wskazanych odbiorców.
- 5.6 Prowadzenie i aktualizowanie zakładki na stronie internetowej poświęconej PO RYBY 2014-2020, zgodnie z wymaganiami wynikającymi z obowiązków dot. IZ;
- 5.7 Przygotowanie audycji/materiałów oraz/lub wyemitowanie ich w telewizji i/lub radiu, Internecie;  
Działanie nieplanowane.
- 5.8 Przygotowanie artykułów sponsorowanych nt. PO RYBY 2014-2020 i wykup powierzchni w prasie (reklama prasowa);  
Działanie nieplanowane.
- 5.9 Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji o PO RYBY 2014-2020.  
Przekazywanie informacji do telewizji i udzielanie wywiadów dla prasy będzie uzależnione od ewentualnego udziału w tego typu audycjach i wydarzeniach.
- 5.10 Udział w międzynarodowych, ogólnopolskich, regionalnych lub lokalnych imprezach w ramach działań informacyjno-promocyjnych PO RYBY 2014-2020;  
Uczestnictwo, ze względu na pandemię COVID-19 w ograniczonym zakresie, w różnorodnych imprezach organizowanych na poziomie międzynarodowym, krajowym i lokalnym, takich jak np. pikniki naukowe, dożynki rybne, święta regionalne, konkursy kucharskie, itp.
- 5.11 Prowadzenie monitoringu realizowanych działań informacyjno-promocyjnych;



Monitorowanie działań informacyjno-promocyjnych przy pomocy m.in. ankiet, sprawozdań.  
 Prowadzenie rejestru działań informacyjno-promocyjnych.

#### 5.12 Pisemne udzielanie odpowiedzi beneficjentom.

Zgodnie z bieżącymi zapytaniami pisemnymi beneficjentów, komórki odpowiedzialne za wdrażanie PO RYBY 2014-2020 będą udzielały wyjaśnień w formie pisemnych odpowiedzi na pytania dot. Programu.

### I.2. Opis systemu wdrażania planu informacji i promocji z uwzględnieniem zadań wykonywanych przez właściwe jednostki organizacyjne podmiotów wdrażających

Działania informacyjno-promocyjne w ramach Planu Informacji i Promocji PO RYBY 2014-2020 w Instytucji Zarządzającej koordynowane są przez:

Wydział Działań Promocyjnych PO RYBY.

tel. 22-583-89-00, e-mail: [sekretariatDR@minrol.gov.pl](mailto:sekretariatDR@minrol.gov.pl)

Jednocześnie bieżące działania informacyjne w ramach wdrażania PO RYBY (w szczególności w ramach pkt 1.1, 1.2, 1.6, 1.9, 1.10, 1.12) oraz w zakresie prowadzenia i aktualizowania zakładki na stronie internetowej Instytucji Zarządzającej prowadzą inne wydziały Departamentu Rybołówstwa.

#### Departament Rybołówstwa

ul. Nowy Świat 6/12

00-400 Warszawa

tel. 22-583-89-00, e-mail: [sekretariatDR@minrol.gov.pl](mailto:sekretariatDR@minrol.gov.pl)

### I.3. Ramowy harmonogram

L.p.	Nazwa zadania	I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał
1.	5.1. Udział w spotkaniach, konferencjach, seminariach, sympozjach organizowanych przez instytucje	X			X
2.	5.2. Organizowanie spotkań, szkoleń, warsztatów, konferencji, seminariów, konkursów, wizyt studyjnych, konferencji prasowych				
3.	5.3. Organizowanie/współorganizowanie imprez promocyjnych i sponsoring				
4.	5.4. Wykonanie materiałów promocyjnych			X	X
5.	5.5. Przygotowanie, opracowanie graficzne, druk i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych na temat PO RYBY 2014-2020 i poszczególnych jego działań			X	X
6.	5.6. Prowadzenie stron internetowych	X	X	X	X
7.	5.7. Przygotowanie audycji/materiałów oraz/lub wyemitowanie ich w telewizji i/lub radiu, Internecie				
8.	5.8. Przygotowanie artykułów sponsorowanych nt. PO RYBY 2014-2020 i wykup powierzchni w prasie (reklama prasowa)			X	X
9.	5.9. Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji o PO RYBY 2014-2020	X	X	X	X
10.	5.10. Udział w międzynarodowych, ogólnopolskich, regionalnych lub lokalnych imprezach w ramach działań informacyjno-promocyjnych PO RYBY 2014-2020	X		X	X





11.	5.11. Monitoring prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych	X	X	X	X
12.	5.12. Pisemne udzielanie odpowiedzi beneficjentom	X	X	X	X

#### I.4. Szacunkowy budżet

Na działania informacyjne i promocyjne realizowane w oparciu o niniejszy plan przeznaczone są środki w ramach Pomocy Technicznej Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze" oraz środki krajowe.

Działania informacyjno-promocyjne	Szacunkowy budżet (PLN)
5.1. Udział w spotkaniach, konferencjach, seminariach, sympoziach organizowanych przez instytucje	20 000
5.4. Wykonanie materiałów promocyjnych	60 000
5.5. Przygotowanie, opracowanie graficzne, druk i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych na temat PO RYBY 2014-2020 i poszczególnych jego działań	320 000
5.6. Prowadzenie (modernizacja) stron internetowych	0
5.7. Przygotowanie audycji/materiałów oraz/lub wyemitowanie ich w telewizji i/lub radiu, Internecie	
5.9. Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji o PO RYBY 2014-2020	0
5.10. Udział w międzynarodowych, ogólnopolskich, regionalnych lub lokalnych imprezach w ramach działań informacyjno-promocyjnych PO RYBY 2014-2020	400 000
5.11. Monitoring prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych	0
5.12. Pisemne udzielanie odpowiedzi beneficjentom	0
Razem	800 000

## II. Działania informacyjno-promocyjne realizowane przez ARiMR

### II. 1. Cele działań

Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, realizująca zadania instytucji zarządzającej w ramach priorytetów i pomocy technicznej, objętych Programem Operacyjnym "Rybactwo i Morze", zgodnie z Porozumieniem nr 01 MG MiŻŚ/ARiMR z dnia 9 grudnia 2016 r. zapewni:

1. informowanie ogółu społeczeństwa, potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w tym podmioty wymienione w art. 97 ust. 1 lit. b rozporządzenia 508/2014 oraz ust. 2 pkt 3 załącznik V do tego rozporządzenia o realizowanych priorytetach, działaniach, możliwościach finansowania w ramach Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze";
2. informowanie beneficjentów o wkładzie Unii Europejskiej w realizowanych operacjach;
3. informowanie ogółu społeczeństwa o roli odgrywanej przez Unię Europejską w Programie Operacyjnym "Rybactwo i Morze";
4. informowanie o efektach wdrażania Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze".

### II. 2. Kategorie grup docelowych

1. ogół społeczeństwa;
2. beneficjenci Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze":
  - a. właściciele jednostek rybackich,
  - b. armatorzy jednostek rybackich,
  - c. rybacy,
  - d. prywatni lub publiczni operatorzy<sup>[1]</sup> i przedsiębiorstwa działający w sektorze rybackim,
  - e. prywatni przedsiębiorcy działający w sektorze rybackim,
  - f. ciała półpubliczne<sup>[2]</sup> i półprywatne działające w sektorze rybackim,
  - g. instytuty badawcze oraz organizacje naukowe zajmujące się rybactwem i rybołówstwem,
  - h. Lokalne Grupy Rybackie;
3. instytucje zaangażowane bezpośrednio i pośrednio we wdrażanie Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze";
4. instytucje, organizacje oraz stowarzyszenia, których działalność związana jest bezpośrednio lub pośrednio z sektorem rybackim (w tym przetwórstwo);
5. jednostki samorządu terytorialnego i administracji rządowej w województwach;
6. organizacje zawodowe działające w sektorze rybackim;
7. organizacje pozarządowe zaangażowane we wspieranie:
  - a. równości mężczyzn i kobiet,
  - b. środowiska naturalnego;
8. środki masowego przekazu.

### II. 3. Sposób ewaluacji działań

Ewaluacja działań będzie dokonywana na podstawie:

1. liczby konferencji, seminariów, sympozjów i spotkań organizowanych przez instytucje oraz ogólnopolskich, lokalnych lub regionalnych imprez poświęconych rybołówstwu, rybactwu, przetwórstwu rybnemu w których będą brali udział przedstawiciele ARiMR;
2. liczby odsłon podstrony internetowej Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze";
3. liczby artykułów dotyczących pomocy oferowanej w ramach Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze".

### II. 4. Sposób znakowania działań informacyjno-promocyjnych

Zgodnie z obowiązującym rozporządzeniem wykonawczym Komisji (UE) nr 763/2014, Księgą wizualizacji znaku PO RYBY 2014-2020 oraz wytycznymi w zakresie wspólnych działań informacyjno-promocyjnych finansowanych z funduszy EFRROW i EFMR, zawartymi w szczególności w Księdze





Wizualizacji Znaku PROW 2014-2020, we wszystkich działaniach informacyjnych i promocyjnych skierowanych do beneficjentów, potencjalnych beneficjentów i opinii publicznej, popularyzujących wsparcie ze środków Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego, musi być zapewniona w szczególności właściwa identyfikacja wizualna Unii Europejskiej (UE) wraz z odniesieniem do Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego (EFMR) i Programu Operacyjnego „Rybackstwo i Morze” (PO RYBY 2014-2020) tj. stosowanie odpowiednich oznaczeń, również na stronach internetowych, na których publikowane są informacje na temat PO RYBY 2014-2020 oraz wszystkich materiałach informacyjno-promocyjnych.

W przypadku zadań współfinansowanych z EFMR realizowane działania informacyjne i promocyjne, są oznaczone obowiązkowo przy pomocy następujących elementów:

- znak (symbol) Unii Europejskiej UE oraz nazwy: Unia Europejska, Europejski Fundusz Morski i Rybacki;
- logo PO RYBY 2014-2020, złożone z symbolu graficznego oraz nazwy programu.

W zestawie kilku znaków logo Unii Europejskiej zawsze występuje po prawej stronie, logo PO RYBY 2014-2020 po lewej, pomiędzy nimi inne dopuszczalne znaki, rozmieszczone w równej odległości.

W przypadkach, gdy nie jest możliwe zastosowanie logotypów w poziomie, można je zamieścić w pionie, przy czym logo PO RYBY 2014-2020 znajduje się na górze, a logo UE na dole.

#### Obowiązujący układ zestawienia znaków:

##### Układ poziomy



Unia Europejska

Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



##### Układ pionowy



Unia Europejska

Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki

Jeśli w zestawieniu lub na materiale występują inne znaki (logo), to flaga Unii Europejskiej ma przynajmniej taki sam rozmiar, mierzony w szerokości bądź wysokości, jak największe z pozostałych znaków.

Logo Unii Europejskiej oraz logo PO RYBY 2014-2020 muszą być zawsze umieszczone w widocznym miejscu. Zamieszczając je należy odpowiednio dostosować ich wielkość oraz miejsce zamieszczenia do formatu wykorzystanego materiału, przedmiotu itp. Minimalna wysokość symbolu Unii wynosi 1 cm. W przypadku niewielkich przedmiotów reklamowych, minimalna wysokość to 5 mm.

W przypadku zadań współfinansowanych z EFMR i EFRROW działania informacyjne i promocyjne oznaczamy elementami:

- e. znak (symbol) Unii Europejskiej UE oraz nazwy: Unia Europejska, Europejskie Fundusze Strukturalne i Inwestycyjne;



- f. logo Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 (PROW 2014-2020);
- g. logo LEADER – w przypadku działań angażujących środki finansowe w ramach Leader;
- h. logo Programu Operacyjnego „Rybactwo i Morze” PO RYBY 2014-2020.

W zestawieniu znaków logo Unii Europejskiej zawsze występuje po prawej stronie, logo PO RYBY 2014-2020 po lewej, pomiędzy nimi inne znaki, rozmieszczone w równej odległości.

#### Przykładowe zestawienie znaków:



Oznakowanie należy stosować na:

- ogólnych materiałach promocyjnych;
- materiałach promocyjnych, na których oprócz informacji o programie finansowanym z funduszu wiodącego, znajdują się wiadomości na temat drugiego z programów;
- ogłoszeniach o naborach wniosków w przypadku konkursów ogłaszanych w ramach poszczególnych programów;
- materiałach szkoleniowych, zwłaszcza w przypadku szkoleń odnoszących się do konkursów realizowanych w ramach programu, który nie pochodzi z funduszu wiodącego.

Na materiałach informacyjnych (np. publikacje, prezentacje) obowiązkowe jest również zamieszczenie dodatkowych elementów dotyczących Instytucji Zarządzającej Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 oraz Programem Operacyjnym „Rybactwo i Morze” oraz wskazanie podmiotu opracowującego. Publikację zgodnie z obowiązującymi Księgami Wizualizacji Znaku. Dozwolone jest zamieszczenie logo beneficjenta, logo lokalnej grupy działania, herbu/logo instytucji pośredniczącej, województwa lub gminy, logo partnera KSOW pomiędzy znakiem UE i logo PROW 2014-2020

W zestawieniu znaków nie mogą być umieszczane logotypy wykonawców, którzy wykonują działania w ramach danej operacji, ale którzy nie są jej beneficjentami.

## II. 5. Opis planowanych działań informacyjnych i promocyjnych oraz sposób ich realizacji

- 5.1 Udział przedstawicieli ARiMR w konferencjach, seminariach, sympozjach i spotkaniach organizowanych przez instytucje oraz ogólnopolskich, lokalnych lub regionalnych imprezach poświęconych rybołówstwu, rybactwu, przetwórstwu rybnemu.
- 5.2 Organizowanie spotkań, konferencji, szkoleń, warsztatów, seminariów, konkursów, wizyt studyjnych, konferencji prasowych itp.  
Działanie nieplanowane
- 5.3 Organizowanie/współorganizowanie imprez promocyjnych i sponsoring.  
Działanie nieplanowane
- 5.4 Wykonanie materiałów promocyjnych (gadżety).  
Działanie nieplanowane
- 5.5 Przygotowanie, opracowanie graficzne, druk i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych.  
Działanie nieplanowane





- 5.6 Prowadzenie stron internetowych, w tym modernizacja.  
Prowadzenie podstrony internetowej Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze" na portalu internetowym [www.arimr.gov.pl](http://www.arimr.gov.pl). Publikacje na portalu internetowym ARiMR ogłoszeń Prezesa Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa o naborach wniosków o przyznanie pomocy.
- 5.7 Przygotowanie, wyemitowanie audycji informacyjnych w TV, radio (w szczególności liczba, termin, tematyka, miejsce emisji).  
Działanie nieplanowane
- 5.8 Przygotowanie artykułów sponsorowanych i wykup powierzchni w prasie (reklama prasowa).  
Przygotowanie 2 artykułów, które zostaną opublikowane w prasie.
- 5.9 Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji o Programie Operacyjnym "Rybactwo i Morze", np. informowanie o terminach uruchamiania wsparcia oraz zasadach jego przyznawania, a także informowanie o efektach programu poprzez wysyłanie komunikatów prasowych lub odpowiedzi na pytania przedstawicieli mediów.
- 5.10 Udział w międzynarodowych, ogólnopolskich, regionalnych lub lokalnych imprezach w ramach działań informacyjno-promocyjnych.  
Działanie nieplanowane
- 5.11 Monitoring prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych.  
Na koniec każdego kwartału ARiMR będzie dokonywał przeglądu realizacji działań informacyjno-promocyjnych.
- 5.12 Pisemne udzielanie odpowiedzi beneficjentom.  
Brak informacji.

## **II. 6. Opis systemu wdrażania planu informacji i promocji z uwzględnieniem zadań wykonywanych przez właściwe jednostki organizacyjne podmiotów wdrażających**

Przedstawiciele ARiMR będą brali udział w konferencjach, seminariach, sympozjach i spotkaniach organizowanych przez instytucje oraz ogólnopolskich, lokalnych lub regionalnych imprezach poświęconych rybołówstwu, rybactwu, przetwórstwu rybnemu. Podczas tych imprez będą prelegentami lub zorganizują stoiska informacyjno-promocyjne.

Na podstronie internetowej Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze" zamieszczone są informacje o dostępnej pomocy: terminy naborów, zasady przyznawania wsparcia, dokumenty niezbędne do przyznania pomocy, wypłaty wsparcia czy sprawozdania z realizacji operacji.

Przygotowane zostaną 2 płatne artykuły, które zostaną opublikowane w prasie branżowej dotyczące pomocy udzielanej w ramach Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze".

## **II. 7. Zasady sprawozdawczości ze stopnia realizacji działań informacyjno-promocyjnych**

Na koniec każdego kwartału ARiMR będzie dokonywała przeglądu realizacji działań informacyjno-promocyjnych, który będzie polegał na:

1. podaniu liczby konferencji, seminariów, sympozjów i spotkań organizowanych przez instytucje oraz ogólnopolskich, lokalnych lub regionalnych imprez poświęconych rybołówstwu, rybactwu, przetwórstwu rybnemu;
2. podaniu liczby odsłon podstrony internetowej Programu Operacyjnego „Rybactwo i Morze”
3. podaniu szacunkowej liczby czytelników prasy branżowej, w której zamieszczone zostały płatne artykuły dotyczących Programu Operacyjnego „Rybactwo i Morze”

**II. 8. Ramowy harmonogram**

L.p.	Nazwa zadania	I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał
5.1	Udział w spotkaniach, konferencjach, szkoleniach, seminariach, sympozjach itp. organizowanych przez inne instytucje/podmioty.	Przez cały rok w zależności od terminów, w których będą organizowane takie spotkania i możliwości wzięcia w nich udziału z uwagi na stan epidemii (COVID-19)			
5.2	Organizowanie spotkań, konferencji, szkoleń, warsztatów, seminariów, konkursów, wizyt studyjnych, konferencji prasowych itp.	Brak działań			
5.3	Organizowanie/współorganizowanie imprez promocyjnych i sponsoring.	Brak działań			
5.4	Wykonanie materiałów promocyjnych (gadżety).	Brak działań			
5.5	Przygotowanie, opracowanie graficzne, druk i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych.	Brak działań			
5.6	Prowadzenie stron internetowych, w tym modernizacja.	Przez cały rok			
5.7	Przygotowanie, wyemitowanie audycji informacyjnych w TV, radio (w szczególności liczba, termin, tematyka, miejsce emisji).	Brak działań			
5.8	Przygotowanie artykułów sponsorowanych i wykup powierzchni w prasie (reklama prasowa).	lipiec - listopad			
5.9	Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji.	Przez cały rok			
5.10	Udział w międzynarodowych, ogólnopolskich, regionalnych lub lokalnych imprezach w ramach działań informacyjno-promocyjnych.	Brak działań			
5.11	Monitoring prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych.	Na koniec każdego kwartału			
5.12	Pisemne udzielanie odpowiedzi beneficjentom	Brak informacji			

**II. 9. Szacunkowy budżet zakładanych działań**

L.p.	Działania informacyjno-promocyjne	Rodzaj planowanych kosztów	Szacunkowy budżet
5.1	Udział w spotkaniach, konferencjach, szkoleniach, seminariach, sympozjach itp. organizowanych przez inne instytucje/podmioty.	Delegacje służbowe	10 000 zł
5.2	Organizowanie spotkań, konferencji, szkoleń, warsztatów, seminariów, konkursów, wizyt studyjnych, konferencji prasowych itp.	Brak działań	
5.3	Organizowanie/współorganizowanie imprez promocyjnych i sponsoring.	Brak działań	
5.4	Wykonanie materiałów promocyjnych (gadżety).	Brak działań	
5.5	Przygotowanie, opracowanie graficzne, druk i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych.	Brak działań	
5.6	Prowadzenie stron internetowych, w tym modernizacja.	Brak kosztów	
5.7	Przygotowanie, wyemitowanie audycji informacyjnych w TV, radio (w szczególności liczba, termin, tematyka, miejsce emisji).	Brak działań	
5.8	Przygotowanie artykułów sponsorowanych i wykup powierzchni w prasie (reklama prasowa).	Publikacja artykułów	7 000 zł
5.9	Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji.	Brak kosztów	
5.10	Udział w międzynarodowych, ogólnopolskich, regionalnych lub lokalnych imprezach w ramach działań informacyjno-promocyjnych.	Brak działań	
5.11	Monitoring prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych.	Brak kosztów	
5.12	Pisemne udzielanie odpowiedzi beneficjentom	Brak informacji	
	<b>Razem</b>		17 000 zł



### **III. Działania informacyjno-promocyjne realizowane przez Samorządy Województw**

#### **III.1. Cele działań**

Zgodnie z § 2 ust. 1 pkt 1 lit. a) rozporządzenia Ministra Gospodarki Morskiej i Żeglugi Śródlądowej z dnia 19 października 2016 r. w sprawie warunków i sposobu wykonywania przez samorządy wojewódzkie zadań instytucji zarządzającej Programem Operacyjnym „Rybactwo i Morze” oraz warunków finansowania samorządów wojewódzkich w związku z wykonywaniem tych zadań, samorząd województwa realizując powierzone mu zadania instytucji zarządzającej informuje i rozpowszechnia informacje o programie, w tym o zasadach i trybie przyznawania pomocy w ramach priorytetu 4 zawartego w programie, w szczególności podawanie tych informacji do publicznej wiadomości na stronach internetowych urzędów marszałkowskich, oraz informowanie beneficjentów o obowiązkach wynikających z przyznania tej pomocy.

Samorządy Województw, jako Instytucje Pośredniczące dla Priorytetu 4 zawartego w Programie Operacyjnym „Rybactwo i Morze” realizując działania informacyjno – promocyjne mają na celu:

- rozpowszechnianie informacji o programie operacyjnym PO RYBY 2014 – 2020, w tym o priorytecie 4. Zwiększenie zatrudnienia i spójności terytorialnej;
- przekazywanie informacji o możliwościach wynikających z PO RYBY 2014-2020, w tym o priorytecie 4. Zwiększenie zatrudnienia i spójności terytorialnej;
- dotarcie z informacją do jak najszerszego grona potencjalnych odbiorców;
- przekazywanie informacji beneficjentom, w zakresie obowiązków, jakie wynikają z otrzymanej pomocy.

#### **III. 2. Kategorie grup docelowych**

- 1) Beneficjenci priorytetu 4 PO RYBY 2014-2020 powierzonej do realizacji Samorządowi Województwa - podmioty z sektora publicznego, społecznego i prywatnego, m.in. jednostki samorządu terytorialnego, stowarzyszenia, fundacje i inne dobrowolne zrzeszenia podmiotów związanych z sektorem rybackim, osoby fizyczne, przedsiębiorcy itp.
- 2) Organizacje i instytucje zainteresowane zakładaniem lokalnych grup działania z sektora publicznego, społecznego i prywatnego, m.in. jednostki samorządu terytorialnego, organizacje społeczno-zawodowe rybaków, hodowców ryb i przetwórców itp.
- 3) Środki masowego przekazu – upowszechniające informacje m.in. o projektach realizowanych w ramach priorytetu 4 PO RYBY 2014-2020, możliwościach wsparcia w ramach Programu, roli Samorządu Województwa jako podmiotu wdrażającego priorytet 4 PO RYBY 2014-2020 oraz stanie i efektach wdrażania działań Programu.
- 4) Instytucje zaangażowane w działania informacyjne i promocyjne:
  - a) partnerzy, o których mowa w art. 5 rozporządzenia (UE) nr 1303/2013;
  - b) ośrodki informacji europejskiej - Przedstawicielstwa Komisji Europejskiej w Polsce i Centra Informacji Europejskiej;
  - c) Instytucje edukacyjne i badawcze - szkoły i uczelnie wyższe, instytuty badawcze oraz organizacje zajmujące się rybactwem i rybołówstwem, instytucje, organizacje oraz stowarzyszenia, których działalność związana jest bezpośrednio lub pośrednio z sektorem rybackim (w tym przetwórstwo),
- 5) Mieszkańcy województwa, w tym przede wszystkim społeczność zamieszkująca obszary zależne od rybactwa.

#### **III. 3. Sposób ewaluacji działań**

Działania przewidziane do realizacji w ramach Planu Działań Informacyjno-Promocyjnego będą poddawane ewaluacji. Rodzaj działań ewaluacyjnych będzie uzależniony od formy działań informacyjno-promocyjnych, np. przeprowadzanie anonimowych ankiet wśród uczestników konferencji, seminariów, szkoleń i spotkań informacyjnych. Ponadto Samorządy Województw będą prowadziły ocenę wdrażania poszczególnych działań osi priorytetowej 4 na podległym obszarze poprzez porównanie ogółu dostępnych środków ze środkami wykorzystanymi bądź przewidzianymi do wykorzystania. Umożliwi to zdefiniowanie tych działań, które nie cieszą się dużym powodzeniem wśród potencjalnych beneficjentów

i przekierowanie swojej aktywności w zakresie informacji i promocji na działania, w których pozostało najwięcej niewykorzystanych środków.

Ocena działań informacyjnych i promocyjnych będzie przeprowadzana z wykorzystaniem w szczególności następujących wskaźników:

- 1) liczba osób odwiedzających strony internetowe Samorządów Wojewódzkich,
- 2) liczba uczestników konferencji, seminariów, warsztatów i szkoleń,
- 3) liczba imprez/uczestników podczas imprez związanych z rybnictwem i rybołówstwem,
- 4) liczba wykonanych materiałów reklamowych/promocyjnych.
- 5) stopień wykorzystania i zakontraktowania środków w ramach poszczególnych działań osi priorytetowej 4 w stosunku do ogółu dostępnych środków (w %).

### III. 4. Sposób znakowania działań informacyjno-promocyjnych

Zgodnie z obowiązującym rozporządzeniem wykonawczym Komisji (UE) nr 763/2014, Księgą wizualizacji znaku PO RYBY 2014-2020 oraz wytycznymi w zakresie wspólnych działań informacyjno-promocyjnych finansowanych z funduszy EFRROW i EFMR, zawartymi w szczególności w Księdze wizualizacji znaku PROW 2014-2020, we wszystkich działaniach informacyjnych i promocyjnych skierowanych do beneficjentów, potencjalnych beneficjentów i opinii publicznej, popularyzujących wsparcie ze środków Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego, musi być zapewniona w szczególności właściwa identyfikacja wizualna Unii Europejskiej (UE) wraz z odniesieniem do Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego (EFMR) i Programu Operacyjnego „Rybnictwo i Morze” (PO RYBY 2014-2020) tj. stosowanie odpowiednich oznaczeń, również na stronach internetowych, na których publikowane są informacje na temat PO RYBY 2014-2020 oraz wszystkich materiałach informacyjno-promocyjnych.

W przypadku zadań współfinansowanych z EFMR realizowane działania informacyjne i promocyjne, są oznaczone obowiązkowo przy pomocy następujących elementów:

- znak (symbol) Unii Europejskiej UE oraz nazwy: Unia Europejska, Europejski Fundusz Morski i Rybacki;
- logo PO RYBY 2014-2020, złożone z symbolu graficznego oraz nazwy programu.

W zestawie kilku znaków logo Unii Europejskiej zawsze występuje po prawej stronie, logo PO RYBY 2014-2020 po lewej, pomiędzy nimi inne dopuszczalne znaki, rozmieszczone w równej odległości.

W przypadkach, gdy nie jest możliwe zastosowanie logotypów w poziomie, można je zamieścić w pionie, przy czym logo PO RYBY 2014-2020 znajduje się na górze, a logo UE na dole.

#### Obowiązujący układ zestawienia znaków:

##### Układ poziomy

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki

##### Układ pionowy





Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki

Jeśli w zestawieniu lub na materiale występują inne znaki (logo), to flaga Unii Europejskiej ma przynajmniej taki sam rozmiar, mierzony w szerokości bądź wysokości, jak największe z pozostałych znaków.

Logo Unii Europejskiej oraz logo PO RYBY 2014-2020 muszą być zawsze umieszczone w widocznym miejscu. Zamieszczając je należy odpowiednio dostosować ich wielkość oraz miejsce zamieszczenia do formatu wykorzystanego materiału, przedmiotu itp. Minimalna wysokość symbolu Unii wynosi 1 cm. W przypadku niewielkich przedmiotów reklamowych, minimalna wysokość to 5 mm.

W przypadku zadań współfinansowanych z EFMR i EFRROW działania informacyjne i promocyjne oznaczamy elementami:

- i. znak (symbol) Unii Europejskiej UE oraz nazwy: Unia Europejska, Europejskie Fundusze Strukturalne i Inwestycyjne;
- j. logo Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 (PROW 2014-2020);
- k. logo LEADER – w przypadku działań angażujących środki finansowe w ramach Leader;
- l. logo Programu Operacyjnego „Rybnactwo i Morze” PO RYBY 2014-2020.

W zestawieniu znaków logo Unii Europejskiej zawsze występuje po prawej stronie, logo PO RYBY 2014-2020 po lewej, pomiędzy nimi inne znaki, rozmieszczone w równej odległości.

#### Przykładowe zestawienie znaków:



Oznakowanie należy stosować na:

- ogólnych materiałach promocyjnych;
- materiałach promocyjnych, na których oprócz informacji o programie finansowanym z funduszu wiodącego, znajdują się wiadomości na temat drugiego z programów;
- ogłoszeniach o naborach wniosków w przypadku konkursów ogłaszanych w ramach poszczególnych programów;
- materiałach szkoleniowych, zwłaszcza w przypadku szkoleń odnoszących się do konkursów realizowanych w ramach programu, który nie pochodzi z funduszu wiodącego.

Na materiałach informacyjnych (np. publikacje, prezentacje) obowiązkowe jest również zamieszczenie dodatkowych elementów dotyczących Instytucji Zarządzającej Programem Rozwoju Obszarów



Wiejskich na lata 2014-2020 oraz Programem Operacyjnym „Rybacktwo i Morze” oraz wskazanie podmiotu opracowującego Publikację zgodnie z obowiązującymi Księgami Wizualizacji Znaków. Dozwolone jest zamieszczenie logo beneficjenta, logo lokalnej grupy działania, herbu/logo instytucji pośredniczącej, województwa lub gminy, logo partnera KROW pomiędzy znakiem UE i logo PROW 2014-2020

W zestawieniu znaków nie mogą być umieszczane logotypy wykonawców, którzy wykonują działania w ramach danej operacji, ale którzy nie są jej beneficjentami.

### III. 5. Opis planowanych działań informacyjnych i promocyjnych oraz sposób ich realizacji

5.1 Udział w spotkaniach, konferencjach, szkoleniach, seminariach, sympozjach itp. organizowanych przez inne instytucje/podmioty.

W związku z trwającą pandemią koronawirusa tylko niektóre samorządy przewidują udział swoich pracowników w tego typu wydarzeniach. Większość aktywności w tym zakresie przewidywana jest na III i IV kwartał. Jedenaście samorządów zaplanowało swoją aktywność w tym okresie.

5.2 Organizowanie spotkań, konferencji, szkoleń, warsztatów, seminariów, konkursów, wizyt studyjnych, konferencji prasowych itp.

Podobnie jak w przypadku opisanym powyżej również w zakresie tych działań pandemia COVID – 19 ogranicza aktywność samorządów, które planują skoncentrować swoją działalność polegającą na organizowaniu spotkań, konferencji, szkoleń i seminariów głównie w III i IV kwartale. Część samorządów deklaruje organizowanie tego typu eventów w trybie online. Celem działań w tym zakresie jest zapewnienie aktualnym i potencjalnym beneficjentom Programu szeroki dostęp do założeń programowych, legislacji krajowej i unijnej, a także uzyskania „na miejscu” odpowiedzi na pytania. 11 Samorządów Województw zadeklarowało swoje działania w tym punkcie

5.3 Organizowanie/współorganizowanie imprez promocyjnych i sponsoring.

Jedynie Samorząd Województwa Opolskiego zadeklarował swoją aktywność w tym zakresie w III i IV kwartale. Będzie ona polegała na realizacji ściśle powiązanych ze sobą działań informacyjno-promocyjnych, w skład których wchodzi np.: konkursy, warsztaty poświęcone rybie karp oraz degustacja ryb w rozmaitych odsłonach. Planuje się realizację zadań promujących i upowszechniających zasoby przyrodnicze obszaru Rybackiej Lokalnej Grupy Działania „Opolszczyzna” ze szczególnym uwzględnieniem akwenów wodnych i obszarów chronionych, dziedzictwo kulturowe i kulinarne

5.4 Wykonanie materiałów promocyjnych (gadżety).

W III kwartale Samorząd Województwa Łódzkiego zamierza zakupić zeszyty szkolne promujące Program Operacyjny „Rybacktwo i Morze” za kwotę ok. 4 tys. złotych.

5.5 Przygotowanie, opracowanie graficzne, druk i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych.

Przewidywane działania to przygotowanie we własnym zakresie przez Samorząd Województwa Łódzkiego w III kwartale 150 sztuk ulotek informacyjnych na temat wdrażania w województwie łódzkim *Priorytetu 4 Zwiększenie zatrudnienia i spójności terytorialnej* w ramach PO RYBY 2014-2020 oraz zakup przez Samorząd Województwa Podlaskiego w IV kwartale 100 sztuk kalendarzy naściennych (trójdzielny planer) na 2021 rok. Ponadto w IV kwartale Samorząd Województwa Lubuskiego planuje zamówienie kalendarzy trójdzielnych i książkowych promujących Program Operacyjny „Rybacktwo i Morze ”na lata 2014-2020 za kwotę ok. 1 tys. złotych. Ponadto Samorząd Województwa Opolskiego planuje realizację publikacji informacyjno-promocyjnej skierowanej do dzieci w wieku 6-12 lat. Jej zadaniem jest bawić, uczyć i rozwijać oraz promować wśród dzieci wiedzę na temat korzyści płynących z wdrażania środków unijnych PO RYBY 2014-2020. Odbiorcy zapoznają się z otaczającymi ich roślinami i zwierzętami występującymi w środowisku wodnym.  
Nakład: 1 000 szt.

5.6 Prowadzenie stron internetowych, w tym modernizacja.



Prowadzenie i aktualizacja stron internetowych w celu informowania o PO RYBY 2014-2020 w tym przede wszystkim o priorytecie 4. Na stronach umieszczane będą wszystkie dokumenty ważne dla beneficjentów – dokumenty programowe, ustawy, rozporządzenia, formularze wniosków o dofinansowanie, wniosków o płatność, obowiązkowych załączników wraz z instrukcjami oraz inne pomocne informacje i materiały. W związku z ograniczonymi możliwościami bezpośredniego kontaktu z potencjalnymi beneficjentami samorządy przewidują intensyfikację przekazu na prowadzonych przez siebie stronach internetowych organizując dodatkowo konkursy z nagrodami dot. PO RYBY 2014-2020 oraz aktualizując i przedstawiając informacje o najciekawszych zrealizowanych projektach na swoim obszarze działania.

5.7 Przygotowanie, wyemitowanie audycji informacyjnych w TV, radio (w szczególności liczba, termin, tematyka, miejsce emisji).

Samorząd Województwa Wielkopolskiego planuje nagranie w IV kwartale filmu (spotu) promocyjnego nt. Programu Operacyjnego „Rybactwo i Morze” o długości 2-3 minut, który zostanie opublikowany na stronie internetowej [www.dprow.umww.pl/ryby](http://www.dprow.umww.pl/ryby) oraz ewentualnie w serwisie YouTube. Spot będzie zawierał podsumowanie informacji na temat wdrażania Programu Operacyjnego „Rybactwo i Morze” przez Samorząd Województwa Wielkopolskiego oraz pokazane zostaną efekty realizacji PO Rybactwo i Morze w regionie.

5.8 Przygotowanie artykułów sponsorowanych i wykup powierzchni w prasie (reklama prasowa).

Samorząd Województwa Zachodniopomorskiego w III kwartale planuje przygotowanie i publikację w prasie artykułu promującego Program Operacyjny „Rybactwo i Morze”. W IV kwartale Samorząd Województwa Lubelskiego przewiduje przygotowanie informacji na temat stanu wdrażania Programu i przekazanie jej do biura prasowego celem wykorzystania. Pozostałe samorządy województw nie mają w planach takiej aktywności informacyjno – promocyjnej.

5.9 Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji.

8 Samorządów Województw przewiduje współpracę ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji. Przekazywanie informacji do telewizji i udzielanie wywiadów dla prasy będzie uzależnione od ewentualnego udziału w tego typu audycjach i wydarzeniach oraz zainteresowania środków masowego przekazu tego typu informacjami.

5.10 Udział w międzynarodowych, ogólnopolskich, regionalnych lub lokalnych imprezach w ramach działań informacyjno-promocyjnych.

Udział w ww. imprezach uzależniony jest od sytuacji epidemiologicznej w Polsce i za granicą. Dzięki organizacji punktów informacyjnych podczas plenerowych imprez wystawienniczych zapewniona zostanie pewna, aktualna i przejrzysta informacja o PO RYBY 2014-2020 dla ogółu interesariuszy oraz promowane będą korzyści wynikające z udziału w Programie. 10 samorządów przewiduje ewentualny udział w tego typu wydarzeniach. Brane jest pod uwagę uczestnictwo w takich imprezach jak np.: dożynki wojewódzkie oraz w cykliczna impreza „Smaki Pojezierza (SW Lubuskiego), Dni Karpia w Dolinie Baryczy (SW Dolnośląskiego), Tragi Turystyczne Doliny Karpia i.in. SW Pomorskiego deklaruje udział w realizowanym online evencie pn. „Dni Otwarte Funduszy Europejskich”. SW Dolnośląskiego uczestniczył ponadto w I kwartale w targach Grüne Woche w Berlinie.

5.11 Monitoring prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych.

Monitorowanie działań informacyjno - promocyjnych przy pomocy ankiet (szkolenia i spotkania) oraz weryfikacji ilości odwiedzin stron poświęconych PO Rybactwo i Morze. W niektórych jednostkach samorządowych prowadzone będą rejestry przedsięwzięć promocyjno-informacyjnych takie jak dla przykładu: rejestr pn. Monitoring Działań Promocyjnych w Samorządzie Województwa Warmińsko – Mazurskiego.

5.12 Pisemne udzielanie odpowiedzi beneficjentom.



Zgodnie z bieżącymi zapytaniem pisemnymi beneficjentów, w przypadku większości samorządów komórki odpowiedzialne za wdrażanie PO „Rybnactwo i Morze” będą przez cały rok udzielały wyjaśnień w formie pisemnych odpowiedzi na pytania dot. Programu.

### III. 6. Opis systemu wdrażania planu informacji i promocji z uwzględnieniem zadań wykonywanych przez właściwe jednostki organizacyjne podmiotów wdrażających

Za zadania informacyjno-promocyjne w samorządach województw odpowiadają jednostki wdrażające priorytet 4 Zwiększenie zatrudnienia i spójności terytorialnej w ramach PO RYBY 2014-2020. Samorządy województw, jako instytucje pośredniczące (IP) przy wdrażaniu dla priorytetu 4 współpracują między sobą w zakresie informacji i promocji oraz w sposób szczególny promują Rybackie Lokalne Grupy Działania z obszaru danego województwa.

### III. 7. Zasady sprawozdawczości ze stopnia realizacji działań informacyjno-promocyjnych

Samorządy Województw zgodnie z art. 25 ust. 1 pkt 4 Ustawy z dnia 10 lipca 2015 r. o wspieraniu zrównoważonego rozwoju sektora rybackiego z udziałem Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego ((tekst jednolity Dz. U. z 2020 r. poz. 251, 875) oraz § 1 rozporządzenia Ministra Gospodarki Morskiej i Żeglugi Śródlądowej z dnia 20 grudnia 2016 r. w sprawie zakresu i rodzaju sprawozdań oraz trybu i terminów ich przekazywania w ramach realizacji Programu Operacyjnego „Rybnactwo i Morze” (Dz. U. poz. 2076) sporządzają sprawozdanie z realizacji operacji, w którym to opisywane są podjęte działania informacyjno - promocyjne realizowane z wykorzystaniem środków EFMR w okresie objętym sprawozdaniem. Z uwagi na pandemię COVID -19 i późniejsze uruchomienie procedury przygotowania planów działań informacyjno - promocyjnych Samorządy Województw w bieżącym roku nie do składają do Ministerstwa Gospodarki Morskiej i Żeglugi Śródlądowej półrocznego sprawozdania (wg. danych na koniec czerwca) z realizacji Planu Działania Informacyjno-Promocyjnych PO RYBY 2014-2020.

### III. 8. Ramowy harmonogram

L.p.	Nazwa zadania	I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał
1.	5.1. Udział w spotkaniach, konferencjach, seminariach, sympozjach organizowanych przez instytucje	małopolskie, śląskie, warmińsko - mazurskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie	małopolskie	lubelskie, lubuskie, łódzkie, małopolskie, mazowieckie, podkarpackie, śląskie, świętokrzyskie, warmińsko - mazurskie, zachodniopomorskie	dolnośląskie, lubelskie, łódzkie, małopolskie, mazowieckie, podkarpackie, podlaskie, śląskie, świętokrzyskie, warmińsko - mazurskie, zachodniopomorskie
2.	5.2 Organizowanie spotkań, szkoleń, warsztatów, konferencji, seminariów, konkursów, wizyt studyjnych, konferencji prasowych	kujawsko-pomorskie, małopolskie, opolskie, podkarpackie, wielkopolskie	kujawsko-pomorskie, małopolskie	kujawsko-pomorskie, małopolskie, opolskie, podlaskie, pomorskie, świętokrzyskie, zachodniopomorskie	dolnośląskie, kujawsko-pomorskie, małopolskie, opolskie, podlaskie, pomorskie, świętokrzyskie, warmińsko - mazurskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie
3.	5.3. Organizowanie/współorganizowanie imprez promocyjnych i sponsoring			opolskie	opolskie
4.	5.4. Wykonanie materiałów promocyjnych			łódzkie	lubuskie
5.	5.5. Przygotowanie, opracowanie graficzne, druk i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych na temat PO RYBY 2014-2020 i poszczególnych jego działań			łódzkie	podlaskie, opolskie





6.	5.6. Prowadzenie/modernizacja stron internetowych	dolnośląskie, kujawsko-pomorskie, lubelskie, lubuskie, łódzkie, małopolskie, mazowieckie, opolskie, podkarpackie, podlaskie, pomorskie, śląskie, warmińsko – mazurskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie	dolnośląskie, kujawsko-pomorskie, lubuskie, łódzkie, małopolskie, mazowieckie, opolskie, podkarpackie, podlaskie, pomorskie, śląskie, warmińsko – mazurskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie	dolnośląskie, kujawsko-pomorskie, lubelskie, lubuskie, łódzkie, małopolskie, mazowieckie, opolskie, podkarpackie, podlaskie, pomorskie, śląskie, świętokrzyskie, warmińsko – mazurskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie	Dolnośląskie, kujawsko-pomorskie, lubelskie, lubuskie, łódzkie, małopolskie, mazowieckie, opolskie, podkarpackie, podlaskie, pomorskie, śląskie, świętokrzyskie, warmińsko – mazurskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie
7.	5.7. Przygotowanie audycji/materiałów oraz/lub wyemitowanie ich w telewizji i/lub radiu				wielkopolskie
8.	5.8. Przygotowanie artykułów sponsorowanych nt. PO RYBY 2014-2020 i wykup powierzchni w prasie (reklama prasowa)			zachodniopomorskie	lubelskie
9.	5.9. Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji o PO RYBY 2014-2020	dolnośląskie, kujawsko-pomorskie, lubelskie, śląskie, warmińsko – mazurskie, zachodniopomorskie	dolnośląskie, kujawsko-pomorskie, lubelskie, śląskie, warmińsko – mazurskie, zachodniopomorskie	dolnośląskie, kujawsko-pomorskie, lubelskie, mazowieckie, śląskie, świętokrzyskie, warmińsko – mazurskie, zachodniopomorskie	dolnośląskie, kujawsko-pomorskie, lubelskie, mazowieckie, śląskie, świętokrzyskie, warmińsko – mazurskie, zachodniopomorskie
10.	5.10. Udział w międzynarodowych, ogólnopolskich, regionalnych lub lokalnych imprezach w ramach działań informacyjno-promocyjnych PO RYBY 2014-2020	dolnośląskie		lubelskie, lubuskie, łódzkie, opolskie, podkarpackie, pomorskie, śląskie, świętokrzyskie	dolnośląskie, lubelskie, łódzkie, opolskie, podkarpackie, podlaskie, śląskie, świętokrzyskie
11.	5.11. Monitoring prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych	Lubelskie, łódzkie, małopolskie, mazowieckie, opolskie, podlaskie, pomorskie, warmińsko – mazurskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie	Lubelskie, łódzkie, małopolskie, mazowieckie, opolskie, podkarpackie, podlaskie, pomorskie, warmińsko – mazurskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie	Lubelskie, lubuskie, łódzkie, małopolskie, mazowieckie, opolskie, podlaskie, pomorskie, świętokrzyskie, warmińsko – mazurskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie	Lubelskie, łódzkie, małopolskie, mazowieckie, opolskie, podkarpackie, podlaskie, pomorskie, śląskie, świętokrzyskie, warmińsko – mazurskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie
12.	5.12. Pisemne udzielanie odpowiedzi beneficjentom	Dolnośląskie, lubelskie, lubuskie, mazowieckie, opolskie, podkarpackie, podlaskie, pomorskie, śląskie, warmińsko – mazurskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie	Dolnośląskie, lubelskie, lubuskie, mazowieckie, podkarpackie opolskie, podlaskie, pomorskie, śląskie, warmińsko – mazurskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie	Dolnośląskie, lubelskie, lubuskie, łódzkie, mazowieckie, opolskie, podkarpackie, podlaskie, pomorskie, śląskie, świętokrzyskie, warmińsko – mazurskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie	Dolnośląskie, lubelskie, lubuskie, łódzkie, mazowieckie, opolskie, podkarpackie, podlaskie, pomorskie, śląskie, świętokrzyskie, warmińsko – mazurskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie


**III.7. Szacunkowy budżet**

	Nazwa zadania	Przebiegowe roz- daje kosztów	Dofinansowanie	Kujawsko - Pomor- skie	Lubelskie	Lubuskie	Łódzkie	Małopolskie	Mazowieckie	Opolskie	Podkarpackie	Podlaskie	Pomorskie	Świętokrzyskie	Warmińsko - Ma- zurkie	Wielkopolskie	Zachodniopomor- skie	Końskie
1.	Udział w spotkaniach, konferencjach, szkoleniach, seminariach, sympozjach itp. organizowanych przez inne instytucje/podmioty.	transport, diety, zakwaterowanie	500					2 000						2 000,00	2 362,76	1 000,00	1 200,00	
2.	Organizowanie spotkań, konferencji, szkoleń, warsztatów, seminariów, konkursów, wizyt studyjnych, konferencji prasowych itp.	wynajem sali, catering, koszty związane z wykonaniem za- dania	5000,00						500,00			1 500,00			8 735,00	15,00	800,00	
3.	Organizowanie/współorganizowanie imprez promocyjnych i sponsoring.	organizacja konkursu kulinarnego, nagrody							5 000,00									5 000,00
4.	Wykonanie materiałów promocyjnych (gadgetsy).	materiały (gadgetsy), naniesienie logotypów					4 000											4 000,00
5.	Przygotowanie, opracowanie graficzne, druk i dystrybucja materiałów infor- macyjno-promocyjnych.	materiały i dystrybucja			1 000,00				15000,00		2 000,00							18 000,00
6.	Prowadzenie stron internetowych, w tym modernizacja.	opłata hostingowa			369,00													369,00
7.	Przygotowanie, wymiowanie audycji informacyjnych w TV, radio (w szcze- gólności liczba, termin, tematyka, miejsce emisji).	zakup czasu antenowego														10 000,00		10 000,00
8.	Przygotowanie artykułów sponsorowanych i wykup powierzchni w prasie (reklama prasowa).																6 000,00	6 000,00
9.	Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania in- formacji.	transport, diety, zakwaterowanie																
10.	Udział w międzynarodowych, ogólnopolskich, regionalnych lub lokalnych imprezach w ramach działań informacyjno-promocyjnych.	transport, diety, catering, wykup powierzchni wystawienni- czej/ stoiska, wykonanie pokazu kulinarnego	5000,00		1 200,00					1 000,00								7 200,00
11.	Monitoring prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych.	wynagrodzenie fotografa, transport, diety,			200,00													200,00
12.	Pisemne udzielenie odpowiedzi beneficjentom	bez kosztowo																
<b>Szacunkowe koszty RAZEM</b>			500,00 zł	10 000,00 zł	0,00 zł	2 769,00 zł	4 000,00 zł	2 000,00 zł	0,00 zł	20 500,00 zł	0,00 zł	3 500,00 zł	0,00 zł	2 000,00 zł	11 097,76 zł	11 015,00 zł	8 000,00 zł	

**Razem: 78 381,76**