



**PLAN INFORMACJI I PROMOCJI
PROGRAMU OPERACYJNEGO „RYBACTWO I MORZE”
na rok 2021
(aktualizacja)**

Warszawa,

Warszawa, 30 listopada 2021 r.

AKCEPTUJĘ:

z up. Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Anna Klukowska
zastępca dyrektora
Departamentu Pomocy
Technicznej i Promocji
/podpisano elektronicznie/



1. Cele działań

Mając na uwadze zobowiązania w zakresie działań informacyjno-promocyjnych związanych z Europejskim Funduszem Morskim i Rybackim oraz wdrażanym Programem Operacyjnym "Rybacko 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 (...)¹ oraz rozporządzenia Ministra Gospodarki Morskiej i Żegluga Śródlądowej z dnia 27 października 2016 r., w sprawie warunków i sposobu wykonywania przez samorząd województwa zadań Instytucji Zarządzającej Programem Operacyjnym „Rybacko i Morze” oraz warunków finansowania samorządu województwa w związku z wykonywaniem tych zadań², jak również zapisy obowiązującego Opisu funkcji i procedur (OFIP) oraz Instrukcji Wykonawczej Instytucji Zarządzającej PO RYBY 2014-2020, Instytucja Zarządzająca (IZ) zgodnie 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 Żegluga 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

¹ Rozporządzenie Rady i PE nr 508/2014 z dnia 15 maja 2014 r. w sprawie Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego¹ 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

² Dz.U. 2019 poz. 1366



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 nadal 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 ewaluacji działań

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 "Rybacko i Morze" przedstawiane są informacje dotyczące podjętych czynności dotyczących informacji i promocji w odniesieniu do realizowanych działań i poddziałań. Jednocześnie instytucje pośredniczące składają sprawozdania roczne z realizacji Planu Informacji i Promocji PO RYBY 2014-2020 za dany rok realizacji.

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 „Rybacko 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 pionowyUnia 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 „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:

- Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi;
- Instytucja Zarządzająca Programem Operacyjnym „Rybnactwo i Morze” – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi;
- Publikacja opracowana przez

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.

5. Rodzaje aktywności realizowanych w ramach podejmowanych działań informacyjno-promocyjnych dotyczących Programu Operacyjnego „Rybnactwo 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 (gadżety)
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, i/lub 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

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

Udział pracowników Instytucji Zarządzającej zaangażowanych we wdrażanie PO RYBY 2014-2020 zależy od ilości wydarzeń organizowanych w ciągu całego roku.

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

W zależności od sytuacji epidemiologicznej, stanu wdrażania PO RYBY 2014-2020 i przygotowań do nowej perspektywy 2021-2027 planuje się prowadzenie przez MRiRW tego rodzaju działań, w tym konkursów fotograficznych i plastycznych.

- 5.3 Organizowanie/współorganizowanie imprez promocyjnych i sponsoring.

W zależności od sytuacji epidemiologicznej, stanu wdrażania PO RYBY 2014-2020 i przygotowań do nowej perspektywy 2021-2027 planuje się prowadzenie przez MRiRW tego rodzaju działań.

- 5.4 Wykonanie materiałów promocyjnych (gadżety).

Działanie nieplanowane

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

np.

- druk i dystrybucja publikacji Rybki, Ryby i Rybeczki z morza, jeziora i rzeczki oraz Zwiedzaj Polskę. Szlakiem Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego.

- przygotowanie notesów, zakładki do książek dla dzieci i dorosłych, planów lekcji.

- 5.6 Prowadzenie stron internetowych, w tym modernizacja.

Działanie będzie prowadzone zgodnie z wymaganiami wynikającymi z obowiązków Instytucji Zarządzającej. Na stronie internetowej w zakładce poświęconej PO RYBY 2014-2020 (<https://www.gov.pl/web/rolnictwo/program-po-ryby>) będą pojawiały się oraz będą aktualizowane wszelkiego rodzaju informacje nt. PO RYBY 2014-2020 w tym np.; wykazy operacji, plany działań informacyjno – promocyjnych, dokumenty dla beneficjentów, przykłady operacji; informacje o naborach wniosków; Księga Wizualizacji Znaku i i.in.

- 5.7 Przygotowanie audycji/materiałów oraz/lub wyemitowanie ich w telewizji i/lub radiu, i/lub Internecie

Działanie nieplanowane

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

Działanie nieplanowane.

- 5.9 Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji.

W zależności od stanu wdrażania PO RYBY 2014-2020 i przygotowań do nowej perspektywy 2021-2027 planuje się podjęcie przez IZ tego rodzaju działań.

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

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 Monitoring prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych.

Całoroczne 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, komórki odpowiedzialne za wdrażanie PO RYBY 2014-2020 będą w roku 2021 udzielały wyjaśnień w formie pisemnych odpowiedzi na pytania dot. Programu.

Propozycje działań zgłoszonych do Planu Działań Informacyjno-Promocyjnych PO RYBY 2014-2020 na rok 2021 stanowią załącznik do niniejszego dokumentu.

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:

Departament Pomocy Technicznej i Promocji

Ul Wspólna 30

00-930 Warszawa

tel. 22- 623 16 37, e-mail: sekretariat.dpt@minrol.gov.pl

Wydział Informacji i Promocji PO RYBY 2014-2020

Jednocześnie bieżące działania informacyjne w ramach wdrażania PO RYBY (w szczególności w ramach pkt 5.1, 5.2, 5.6, 5.9, 5.12) oraz w zakresie prowadzenia i aktualizowania zakładki na stronie internetowej Instytucji Zarządzającej prowadzi Departament Rybołówstwa.

Departament Rybołówstwa

ul. Nowy Świat 6/12

00-400 Warszawa

tel. 22-583-89-00, e-mail: sekretariatDR@minrol.gov.pl

I.3. Ramowy harmonogram

LP.	Nazwa zadania	I kwartał	II kwartał	III kwartał	IV kwartał
1.	5.1. Udział w spotkaniach, konferencjach, seminariach, sympozjach organizowanych przez instytucje				X
2.	5.2. Organizowanie spotkań, szkoleń, warsztatów, konferencji, seminariów, konkursów, wizyt studyjnych, konferencji prasowych				X
3.	5.3. Organizowanie/współorganizowanie imprez promocyjnych i sponsoring				X
4.	5.4. Wykonanie materiałów promocyjnych				
5.	5.5. Przygotowanie, opracowanie graficzne, druk i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych na temat PO RYBY 2014-2020 i poszczególnych jego działań		X	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)				
9.	5.9. Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji o PO RYBY 2014-2020		X	X	X
10.	5.10. Udział w międzynarodowych, ogólnopolskich, regionalnych lub lokalnych imprezach w ramach działań informacyjno-promocyjnych PO RYBY 2014-2020				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 zakładanych działań

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

L.p.	Działania informacyjno-promocyjne	Szacunkowy budżet
5.1	Udział w spotkaniach, konferencjach, szkoleniach, seminariach, sympozjach itp. organizowanych przez inne instytucje/podmioty	70 000 zł
5.2	Organizowanie spotkań, konferencji, szkoleń, warsztatów, seminariów, konkursów, wizyt studyjnych, konferencji prasowych itp.	100 000 zł
5.3	Organizowanie/współorganizowanie imprez promocyjnych i sponsoring	100 000 zł
5.4	Wykonanie materiałów promocyjnych (gadżety)	0
5.5	Przygotowanie, opracowanie graficzne, druk i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych,	110 000



5.6	Prowadzenie stron internetowych, w tym modernizacja	0
5.7	Przygotowanie audycji/materiałów oraz/lub wyemitowanie ich w telewizji i/lub radiu, Internecie	0
5.8	Przygotowanie artykułów sponsorowanych i wykup powierzchni w prasie (reklama prasowa)	0
5.9	Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji	120 000
5.10	Udział w międzynarodowych, ogólnopolskich, regionalnych lub lokalnych imprezach w ramach działań informacyjno-promocyjnych	60 000
5.11	Monitoring prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych	0
5.12	Pisemne udzielanie odpowiedzi beneficjentom	0
	Razem	560 000

II. Działania informacyjno-promocyjne realizowane przez Agencję Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa

II.1 Cele działań

Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa (ARiMR), realizując zadania instytucji zarządzającej w ramach priorytetów i pomocy technicznej, objętych Programem Operacyjnym "Rybactwo i Morze" (PO RYBY 2014-2020), zgodnie z Porozumieniem nr 01 MGMIŻŚ/ARiMR z 9 grudnia 2016 r. zapewni informowanie w szczególności:

1. 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 załącznika V do tego rozporządzenia o realizowanych priorytetach, działaniach, możliwościach finansowania w ramach Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze";
2. beneficjentów o wkładzie Unii Europejskiej w realizowanych operacjach;
3. ogółu społeczeństwa o roli odgrywanej przez Unię Europejską w Programie Operacyjnym "Rybactwo i Morze";
4. ogółu społeczeństwa 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 i przedsiębiorstwa działający w sektorze rybackim,
 - e) prywatni przedsiębiorcy działający w sektorze rybackim,
 - f) ciała półpubliczne 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 imprezach poświęconych rybołówstwu rybactwu, przetwórstwu rybnemu, w których będą brali udział przedstawiciele ARiMR.
2. Liczby odsłon podstrony internetowej PO RYBY 2014-2020.
3. Liczby artykułów dotyczących pomocy oferowanej w ramach PO RYBY 2014-2020.

II.4 Opis planowanych działań informacyjnych i promocyjnych oraz sposób ich realizacji

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

Pod warunkiem zniesienia obowiązujących ograniczeń epidemicznych, możliwy będzie udział przedstawicieli ARiMR w stacjonarnych konferencjach, seminariach, sympoziach i spotkaniach organizowanych przez instytucje oraz ogólnopolskich, lokalnych lub regionalnych imprezach poświęconych rybołówstwu, rybactwu, przetwórstwu rybnemu. W obowiązujących warunkach epidemicznych udział ten realizowany będzie online.

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 Program Operacyjny "Rybactwo i Morze" na portalu internetowym www.arimr.gov.pl

5.7 Przygotowanie audycji/materiałów oraz/lub wyemitowanie ich w telewizji i/lub radiu, Internecie.

Przygotowanie i wyemitowanie 1 audycji radiowej dotyczącej pomocy udzielanej w ramach Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze", trwających i planowanych naborach wniosków, efektach wdrażania tego programu.

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

Przygotowanie 2 artykułów informacyjnych, które zostaną opublikowane w prasie branżowej.

5.9 Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji.

Informowanie o terminach uruchamiania naborów wniosków o dofinansowanie oraz zasadach przyznawania wsparcia finansowego, 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.

Brak działań

5.11 Monitoring prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych.

Na koniec każdego kwartału w ARiMR będzie dokonywany przegląd realizacji działań informacyjno-promocyjnych.

5.12 Pisemne udzielanie odpowiedzi beneficjentom.

Odpowiedzi udzielane będą niezwłocznie po otrzymaniu pytań.

Propozycje działań zgłoszonych do Planu Działań Informacyjno-Promocyjnych PO RYBY 2014-2020 na rok 2021 stanowią załącznik do niniejszego dokumentu.

II.5 Opis systemu wdrażania planu informacji i promocji z uwzględnieniem zadań wykonywanych przez właściwe jednostki organizacyjne podmiotów wdrażających

W zależności od uwarunkowań epidemicznych, przedstawiciele ARiMR będą brali udział w konferencjach, seminariach, sympozjach i spotkaniach organizowanych przez instytucje oraz w ogólnopolskich, lokalnych lub regionalnych imprezach poświęconych rybołówstwu, rybactwu, przetwórstwu rybnemu. Podczas tych imprez będą prelegentami lub zorganizują stoiska informacyjno-promocyjne. W obowiązujących ograniczeniach epidemicznych dla wymienionych rodzajów działań, udział ten będzie realizowany online.

Na podstronie internetowej Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze" zamieszczane będą 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 informacyjne, które zostaną opublikowane w prasie branżowej, dotyczące pomocy udzielanej w ramach Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze".

W radiu wyemitowana zostanie płatna audycja informacyjna, dotycząca wsparcia udzielanego z Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze".

ARiMR będzie także współpracowała z innymi mediami - radiem i prasą ogólnopolską, gdzie będą zamieszczane bezpłatnie informacje o pomocy dostępnej w ramach PO RYBY 2014-2020.

Plan działań informacyjno - promocyjnych opracowany został w oparciu o analizę aktualnego stopnia wdrażania PO RYBY 2014-2020 przez ARiMR (analiza w załączeniu). Intensywność prowadzonej przez ARiMR promocji i informacji skorelowana będzie z tymi środkami programu, których wykorzystanie wykazuje najmniejszą wartość i w ramach których prowadzone będą nabory wniosków o dofinansowanie w 2021 roku. Zatem kierunki prowadzonych działań promocyjnych w znacznej mierze uzależnione są od uruchamianych naborów wniosków, o których decyzje podejmuje Instytucja Zarządzająca.

II.6 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 [PO RYBY 2014-2020](#);
3. podaniu szacunkowej liczby czytelników prasy branżowej, w której zamieszczone zostały płatne artykuły dotyczących Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze";

II.7 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			
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.	TAK	TAK	TAK	TAK
5.7	Przygotowanie audycji/materiałów oraz/lub wyemitowanie ich w telewizji i/lub radiu, Internecie	maj - listopad			
5.8	Przygotowanie artykułów sponsorowanych i wykup powierzchni w prasie (reklama prasowa).	maj - listopad			
5.9	Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji.	TAK	TAK	TAK	TAK
5.10	Udział w międzynarodowych, ogólnopolskich, regionalnych lub lokalnych imprezach w ramach działań informacyjno-promocyjnych.	Brak działań			
5.11	Monitoring prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych.	Przez cały rok - na koniec każdego kwartału			
5.12	Pisemne udzielanie odpowiedzi beneficjentom	TAK	TAK	TAK	TAK

II.8 Szacunkowy budżet zakładanych działań

L.p.	Działania informacyjno-promocyjne	Szacunkowy budżet (zł)
5.1	Udział w spotkaniach, konferencjach, szkoleniach, seminariach, sympozjach itp. organizowanych przez inne instytucje/podmioty.	5 000
5.2	Organizowanie spotkań, konferencji, szkoleń, warsztatów, seminariów, konkursów, wizyt studyjnych, konferencji prasowych itp.	Nie dotyczy
5.3	Organizowanie/współorganizowanie imprez promocyjnych i sponsoring.	Nie dotyczy
5.4	Wykonanie materiałów promocyjnych (gadżety).	Nie dotyczy
5.5	Przygotowanie, opracowanie graficzne, druk i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych.	Nie dotyczy
5.6	Prowadzenie stron internetowych, w tym modernizacja.	Bez kosztów
5.7	Przygotowanie audycji/materiałów oraz/lub wyemitowanie ich w telewizji i/lub radiu, Internecie	2 500
5.8	Przygotowanie artykułów sponsorowanych i wykup powierzchni w prasie (reklama prasowa).	4 000
5.9	Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji.	Bez kosztów
5.10	Udział w międzynarodowych, ogólnopolskich, regionalnych lub lokalnych imprezach w ramach działań informacyjno-promocyjnych.	Nie dotyczy
5.11	Monitoring prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych.	Bez kosztów
5.12	Pisemne udzielanie odpowiedzi beneficjentom	Bez kosztów
	Razem	11 500



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 rybactwem 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. Opis planowanych działań informacyjnych i promocyjnych oraz sposób ich realizacji

Szczegółowy wykaz planowanych działań informacyjnych i promocyjnych zawiera załącznik „Propozycje działań do Planu Działań Informacyjno-Promocyjnych PO RYBY 2014-2020 na rok 2021”.

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

W związku z trwającą pandemią COVID – 19 tylko niektóre samorzady przewidują udział swoich pracowników w tego typu wydarzeniach. Większość aktywności w tym zakresie przewidywana jest na II, III i IV kwartał. Dwanaście 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 II, 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. Dwanaście Samorządów Województw zadeklarowało swoje działania w tym punkcie

5.3 Organizowanie/współorganizowanie imprez promocyjnych i sponsoring.

Podobnie do roku ubiegłego jedynie Samorząd Województwa Opolskiego zadeklarował swoją aktywność w tym zakresie w III i IV kwartale. 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).

Trzy samorzady – lubelski, łódzki i świętokrzyski - planują odpowiednio w II, III i IV kwartale wykonanie gadżetów służących promocji PO RYBY 2014 – 2020.

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

Aktywność w zakresie tego działania zadeklarowało w swoim planie cztery samorzady województw. Dla przykładu:

- Samorząd Województwa Łódzkiego planuje opracować i wydać publikację, której celem będzie prezentacja przykładów projektów realizowanych ze środków PO RYBY 2014-2020, dzięki czemu zostaną ukazane efekty realizacji Programu w województwie opolskim - nakład: 1 000 szt.;
- Samorząd Województwa Podlaskiego w drodze przetargu wyłoni wykonawcę, z którym zostanie podpisana umowa na projektowanie, drukowanie i dostawę kalendarzy na rok 2022;



- Samorząd Województwa Podkarpackiego zaplanował opracowanie i wydruk publikacji pt. „Dobre praktyki w ramach PO „Rybnactwo i Morze”2014-2020” poświęconej realizacji operacji związanych z wdrażaniem Priorytetu 4 – koszt ok. 10 tys. zł

- w przypadku Samorządu Województwa Świętokrzyskiego materiały informacyjno – promocyjne opracowywane będą przez pracowników Biura PROW. Ich dystrybucja odbywać się będzie podczas organizowanych przez RLGD spotkań, szkoleń, warsztatów, konferencji, seminariów, konkursów (o ile będzie to możliwe), ponadto planuje się rozsyłanie ich pocztą do RLGD i instytucji współpracujących z sektorem rybnactwa.

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 audycji/materiałów oraz/lub wyemitowanie ich w telewizji i/lub radiu, Internecie.

Dwa samorządy – łódzki i podkarpacki planują wykorzystanie tego środka w swoich działaniach informacyjno promocyjnych odpowiednio w II i IV kwartale. W tym Samorząd Województwa Podkarpackiego planuje przygotować i wyemitować program telewizyjny pod nazwą „Warto wspierać obszary zależne od rybnactwa i akwakultury”, którego celem będzie dotarcie z informacją na temat PO RYBY 2014-2020 oraz jego promowanie poprzez pokazanie zrealizowanych projektów z Priorytetu 4 na obszarach dwóch Lokalnych Strategii Rozwoju – koszt ok. 25 tys. zł

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

Trzy samorządy – lubelski, opolski i pomorski deklarują w swoich planach przygotowanie artykułów sponsorowanych bądź wykup powierzchni w prasie.

5.9 Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji.

Osiem samorządów województw przewiduje współpracę ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji ale nie ma co do tego sprecyzowanych planów. 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.

Dziewięć samorządów planuje udział w ww. imprezach, ale jest on uzależniony jest od sytuacji epidemiologicznej w Polsce i za granicą.

Dla przykładu:

- Samorząd Województwa Łódzkiego planuje zorganizowanie stoiska informacyjno-promocyjnego PO RYBY 2014-2020 na terenie Województwa Łódzkiego podczas Dożynek Powiatowych na terenie jednej z gmin należących do RLGD „Z Ikłą” a także promocję PO RYBY 2014-2020 oraz Województwa Łódzkiego podczas Dożynek Wojewódzkich 2021 –szacowany koszt to 14 230 zł.

Większość Samorządów zakłada bezkosztowo udział w tego typu wydarzeniach.

Ogólnie, 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. Brane jest pod uwagę uczestnictwo w takich imprezach jak np.: dożynki wojewódzkie, dożynki powiatowe, Dni Karpia w Dolinie Baryczy.

5.11 Monitoring prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych.

Wszystkie samorządy planują monitorowanie działań informacyjno - promocyjnych przy pomocy ankiet (szkolenia i spotkania) oraz weryfikacji ilości odwiedzin stron poświęconych PO RYBY 2014-2020. 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 zapytaniami pisemnymi beneficjentów, w przypadku wszystkich samorządów komórki odpowiedzialne za wdrażanie PO RYBY 2014-2020 będą przez cały rok udzielały wyjaśnień w formie pisemnych odpowiedzi na pytania dot. Programu.

III. 5 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.6. 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	podkarpackie pomorskie świętokrzyskie zachodniopomorskie	lubelskie mazowieckie opolskie podkarpackie podlaskie pomorskie świętokrzyskie warmińsko- mazurskie zachodniopomorskie	lubelskie mazowieckie opolskie podkarpackie pomorskie śląskie świętokrzyskie warmińsko- mazurskie wielkopolskie zachodniopomorskie	lubelskie mazowieckie opolskie podkarpackie pomorskie śląskie świętokrzyskie warmińsko- mazurskie wielkopolskie zachodniopomorskie
2.	5.2 Organizowanie spotkań, szkoleń, warsztatów, konferencji, seminariów, konkursów, wizyt studyjnych, konferencji prasowych	kujawsko-pomorskie małopolskie opolskie	kujawsko-pomorskie małopolskie opolskie pomorskie warmińsko- mazurskie zachodniopomorskie	kujawsko-pomorskie lubelskie małopolskie opolskie podkarpackie podlaskie pomorskie śląskie warmińsko- mazurskie zachodniopomorskie	kujawsko-pomorskie lubelskie łódzkie małopolskie opolskie podkarpackie podlaskie pomorskie wielkopolskie
3.	5.3. Organizowanie/współorganizowanie imprez promocyjnych i sponsoring			opolskie	opolskie

4.	5.4. Wykonanie materiałów promocyjnych		lubelskie	łódzkie opolskie	świętokrzyskie opolskie wielkopolskie
5.	5.5. Przygotowanie, opracowanie graficzne, druk i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych na temat PO RYBY 2014-2020 i poszczególnych jego działań	świętokrzyskie	świętokrzyskie	łódzkie opolskie świętokrzyskie	opolskie podkarpackie podlaskie świętokrzyskie
6.	5.6. Prowadzenie/modernizacja stron internetowych	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	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, Internecie		łódzkie		podkarpackie
8.	5.8. Przygotowanie artykułów sponsorowanych nt. PO RYBY 2014-2020 i wykup powierzchni w prasie (reklama prasowa)		lubelskie		
9.	5.9. Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji o PO RYBY 2014-2020	dolnośląskie kujawsko-pomorskie lubelskie mazowieckie śląskie świętokrzyskie warmińsko-mazurskie	dolnośląskie kujawsko-pomorskie lubelskie mazowieckie śląskie świętokrzyskie warmińsko-mazurskie	dolnośląskie kujawsko-pomorskie lubelskie mazowieckie śląskie świętokrzyskie warmińsko-mazurskie	dolnośląskie kujawsko-pomorskie lubelskie mazowieckie śląskie świętokrzyskie warmińsko-mazurskie
10.	5.10. Udział w międzynarodowych, ogólnopolskich, regionalnych lub lokalnych imprezach w ramach działań informacyjno-promocyjnych PO RYBY 2014-2020	świętokrzyskie	podkarpackie pomorskie świętokrzyskie	lubelskie łódzkie opolskie podkarpackie podlaskie pomorskie śląskie świętokrzyskie warmińsko-mazurskie	opolskie podkarpackie pomorskie śląskie świętokrzyskie



11.	5.11. Monitoring prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych	dolnośląskie lubelskie lubuskie łódzkie małopolskie mazowieckie opolskie podkarpackie podlaskie pomorskie śląskie świętokrzyskie warmińsko- mazurskie wielkopolskie zachodniopomorskie	dolnośląskie lubelskie lubuskie łódzkie małopolskie mazowieckie opolskie podkarpackie podlaskie pomorskie śląskie świętokrzyskie warmińsko- mazurskie wielkopolskie zachodniopomorskie	dolnośląskie lubelskie lubuskie łódzkie małopolskie mazowieckie opolskie podkarpackie podlaskie pomorskie śląskie świętokrzyskie warmińsko- mazurskie wielkopolskie zachodniopomorskie	dolnośląskie lubelskie lubuskie łódzkie małopolskie mazowieckie opolskie podkarpackie podlaskie pomorskie śląskie świętokrzyskie warmińsko- mazurskie wielkopolskie zachodniopomorskie
12.	5.12. Pisemne udzielanie odpowiedzi beneficjentom	dolnośląskie lubelskie lubuskie małopolskie mazowieckie opolskie podkarpackie podlaskie pomorskie śląskie świętokrzyskie warmińsko- mazurskie wielkopolskie zachodniopomorskie	dolnośląskie lubelskie lubuskie małopolskie mazowieckie opolskie podkarpackie podlaskie pomorskie śląskie świętokrzyskie warmińsko- mazurskie wielkopolskie zachodniopomorskie	dolnośląskie lubelskie lubuskie małopolskie mazowieckie opolskie podkarpackie podlaskie pomorskie śląskie świętokrzyskie warmińsko- mazurskie wielkopolskie zachodniopomorskie	dolnośląskie lubelskie lubuskie małopolskie mazowieckie opolskie podkarpackie podlaskie pomorskie śląskie świętokrzyskie warmińsko- mazurskie wielkopolskie zachodniopomorskie



	Nazwa zadania	Rodzaje kosztów	Dolnośląskie	Kujawsko - Pomorskie	Lubelskie	Lubuskie	Łódzkie	Małopolskie	Mazowieckie	Opolskie	Podkarpackie	Podlaskie	Pomorskie	Śląskie	Świętokrzyskie	Warmińsko - Mazurskie	Wielkopolskie	Zachodniopomorskie	Koszt indykacyjny wg zadań
1.	Udział w spotkaniach, konferencjach, szkoleniach, seminariach, sympozjach itp. organizowanych przez inne instytucje/podmioty.	transport, diety, zakwaterowanie	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	1 000,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	654,00 zł	1 000,00 zł	2 000,00 zł	0,00 zł	1 000,00 zł	0,00 zł	5 654,00 zł
2.	Organizowanie spotkań, konferencji, szkoleń, warsztatów, seminariów, konkursów, wizyt studyjnych, konferencji prasowych itp.	wynajem sali, catering, koszty związane z wykonaniem zadania	0,00 zł	2 000,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	2 000,00 zł	0,00 zł	4 500,00 zł	5 813,54 zł	0,00 zł	0,00 zł	151,80 zł	0,00 zł	0,00 zł	14 465,34 zł
3.	Organizowanie/współorganizowanie imprez promocyjnych i sponsoring.	organizacja konkursu kulinarnego, nagrody	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	10 000,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	10 000,00 zł
4.	Wykonanie materiałów promocyjnych (gadżety).	materiały (gadżety), naniesienie logotypów	0,00 zł	0,00 zł	21 000,00 zł	0,00 zł	12 253,30 zł	0,00 zł	0,00 zł	6 500,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	6 000,00 zł	0,00 zł	6 100,00 zł	0,00 zł	51 853,30 zł
5.	Przygotowanie, opracowanie graficzne, druk i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych.	materiały i dystrybucja	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	5 000,00 zł	10 000,00 zł	1 000,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	16 000,00 zł
6.	Prowadzenie stron internetowych, w tym modernizacja.	opłata hostingowa	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	369,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	369,00 zł
7.	Przygotowanie audycji/materiałów oraz/lub wyemitowanie ich w telewizji i/lub radiu, Internecie	zakup czasu antenowego	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	3 627,27 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	25 000,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	28 627,27 zł
8.	Przygotowanie artykułów sponsorowanych i wykup powierzchni w prasie (reklama prasowa).		0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł
9.	Współpraca ze środkami masowego przekazu w zakresie przekazywania informacji.	transport, diety, zakwaterowanie	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł
10.	Udział w międzynarodowych, ogólnopolskich, regionalnych lub lokalnych imprezach w ramach działań informacyjno-promocyjnych.	transport, diety, catering, wykup powierzchni wystawienniczej/stoiska, wykonanie pokazu kulinarnego	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	14 230,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	500,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	1 000,00 zł	0,00 zł	30,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	15 760,00 zł
11.	Monitoring prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych.	wynagrodzenie fotografa, transport, diety,	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	600,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	600,00 zł
12.	Pisemne udzielanie odpowiedzi beneficjentom	bez kosztowo	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł	0,00 zł
KOSZTY RAZEM			0,00 zł	2 000,00 zł	21 000,00 zł	969,00 zł	30 110,57 zł	0,00 zł	0,00 zł	25 000,00 zł	35 000,00 zł	5 500,00 zł	6 467,54 zł	2 000,00 zł	8 000,00 zł	181,80 zł	7 100,00 zł	0,00 zł	143 328,91 zł
Razem																			143 328,91 zł