

**Communicatieplan
Plattelandsontwikkelingsprogramma 2007-2013**

Regiebureau POP
versie mei 2012

Inhoudsopgave

Inleiding

Hoofdstuk 1 Achtergrond

Pag 4	Van strategie naar maatregelen en acties Beleid Prioriteiten (assen) POP
Pag 5	POP, Ondernemersprogramma en ILG
Pag 6	Fasering
Pag 7	Betrokken partijen en verantwoordelijkheden POP, Leader en provincies Afbakening

Hoofdstuk 2 Communicatiedoelgroepen

Pag 8	Primaire doelgroep: a. POP- coördinatoren, vertegenwoordigers LNV-betalorgaan b. Maatschappelijk veld, (semi) overheden, belangengroepen
Pag 9	c. Betrokken bestuurders en politici van Rijk en provincies d. Potentiële eindbegunstigden Secundaire doelgroep: burger

Hoofdstuk 3 Communicatiedoelstellingen

Pag 10	Primaire doelstelling gericht op de direct betrokkenen Secundaire doelstelling gericht op burger
--------	---

Hoofdstuk 4 Strategie

Pag 11	Uitgangs- en aandachtspunten Communicatieboodschap
Pag 12	Aanpak in de: - voorbereidingsfase (2005 -2006) - uitvoeringsfase (2007 -2013)
Pag 13	- evaluatiefase (2013 -2015)

Hoofdstuk 5 Media en middeleninzet

Pag 14	Vorbereidingsfase Uitvoeringsfase Evaluatiefase
--------	---

Hoofdstuk 6 Evaluatie

Pag 16	Evaluatie
--------	-----------

Hoofdstuk 7 Financiering

Pag 17	Financiering
--------	--------------

Bijlagen

1. Uitwerking loketfunctie
2. Uitwerking media en middeleninzet
3. Brusselse voorschriften
4. Uitwerking Uitvoeringsverordening
5. Checklist loketten
6. Lijst doelgroepen

Inleiding

Dit plan betreft de communicatie over het tweede Plattelandsontwikkelingsprogramma, ook wel POP-2 genoemd. POP-2 beslaat de periode 2007-2013 en is het vervolg op de eerste POP-periode tussen 2000-2006. Voor POP-2 is het door de EU -in tegenstelling tot de eerste POP-periode- verplicht gesteld om de communicatieactiviteiten te vatten in een plan, opdat een en ander gestructureerd verloopt en aan het eind de resultaten geëvalueerd kunnen worden.

Dit plan gaat niet over de formele processen, methoden en middelen die voor de voortgang van het programma nodig zijn. Deze zijn beschreven in de administratieve organisatieplannen (AO's) van de betrokken partijen. Dit plan behelst wel de processen, methoden en media die nodig zijn om op andere wijze invloed uit te oefenen op het bereiken van en informeren over een optimaal resultaat voor alle partijen.

Het communicatieplan maakt onderdeel uit van het Programmadocument POP-2 en is opgezet als een zelfstandig te lezen document.

Opbouw van dit plan

Dit communicatieplan begint met een korte achtergrondschets in hoofdstuk 1, gevolgd door een beschrijving van de primaire en secundaire communicatiedoelgroepen. In hoofdstuk 3 benoemen we voor deze doelgroepen de communicatiedoelstellingen op kennis-, houding- en gedragsniveau. Hoofdstuk 4 beschrijft de communicatiestrategie, die in hoofdstuk 5 wordt vertaald naar media en middelen. Het plan wordt afgesloten met de evaluatie in hoofdstuk 6 en tot slot de financiering in het laatste hoofdstuk. In de bijlagen zijn de uitwerkingen en toelichtingen te vinden.

1 Achtergrond

Het Plattelandsontwikkelingsprogramma, kortweg POP, is een Europees subsidieprogramma dat is gericht op versterking van de economische structuur van het Nederlandse platteland, het creëren van meer natuurwaarde en de verbetering van de leefbaarheid.

Het POP-2 programma betreft de periode 2007-2013 en is het vervolg op de eerste POP-periode tussen 2000-2006, waarbij voor meer dan een miljard euro in het landelijk gebied is geïnvesteerd. Hiervan kwam ongeveer 435 miljoen euro uit het plattelandsfonds van de EU. Tijdens POP-2 komt bijna 490 miljoen euro uit Brussel beschikbaar voor het Nederlandse platteland.

Van strategie naar maatregelen en acties

In de Nationale Plattelandsstrategie (NPS) geven de lidstaten van de EU een beschrijving van de kenmerken van en ontwikkelingen op het platteland binnen hun landsgrenzen en van de beleidsopgaven die daaruit voortvloeien. De NPS is de strategie die bij het Programmadocument POP-2 hoort. Ook komt in de Nationale Plattelandsstrategie tot uitdrukking hoe invulling zal worden gegeven aan de Europese prioriteiten. In het Programmadocument POP-2 zelf worden deze keuzen vertaald naar concrete maatregelen en acties.

Beleid

Het Nederlandse plattelandsbeleid is zowel op rijksniveau als op provinciaal niveau in verschillende documenten beschreven en vastgelegd; rijksbeleid onder andere in de 'Agenda voor een Vitaal Platteland', de 'Nota Ruimte' (beide uit 2004) en de nota 'Kiezen voor Landbouw' (2005). In de Nationale Plattelandsstrategie en het Programmadocument POP-2 worden de onderdelen van het plattelandsbeleid opgenomen waarmee Nederland uitvoering geeft aan de doelen en prioriteiten van het EU-plattelandsbeleid en waarvoor EU-cofinanciering zal worden aangevraagd.

Prioriteiten (assen) POP

Het Europese plattelandsontwikkelingsbeleid zal zich in de toekomst met name richten op de agrovoedingssector, het milieu en de plattelandseconomie en -bevolking in ruimere zin. Zowel de strategie als het programma voor plattelandsontwikkeling wordt daarom opgebouwd rond drie assen of kerndoelen:

- As 1: Versterking van de concurrentiekracht van land- en bosbouw door ondersteuning van herstructurering, ontwikkeling en innovatie;
- As 2: Verbetering van het milieu en het platteland door ondersteuning van landbeheer;
- As 3: verbetering leefbaarheid op het platteland en diversificatie van economische dragers.

De vierde as, gebaseerd op de LEADER-ervaringen, zal in combinatie met de doelen uit de drie inhoudelijke assen mogelijkheden bieden voor innovatieve vormen van beleidsvorming en – uitvoering, gebaseerd op een bottom-up benadering van plattelandsontwikkeling.

POP, Ondernemersprogramma en ILG

De uitvoering van het Nederlandse POP loopt langs twee sporen: een sectoraal- en een gebiedsgericht spoor. Voor de uitvoering betekent dit dat de sectorale, ondernemersgerichte maatregelen van het POP meelopen met het Ondernemersprogramma van LNV en de gebiedsgerichte maatregelen met de provinciale regelingen van het Investeringsbudget Landelijk Gebied (ILG).

Ondernemersprogramma

Het Ondernemersprogramma is een samenhangend LNV-programma van subsidieregelingen gericht op ondernemers binnen de agrarische sector. Relevant voor POP is dat met name de ondernemersgerichte maatregelen uit As 1 onderdeel zijn van het Ondernemersprogramma (uitgezonderd maatregel 125 voor structuurverbetering van de landbouw die via het ILG loopt). Het LNV-loket staat centraal voor aanvragen van de ondernemersgerichte POP-maatregelen en de overige regelingen van het Ondernemersprogramma.

ILG en PMJP's

De gebiedsgerichte maatregelen van het POP worden uitgevoerd met de provinciale regelingen binnen het Investeringsbudget Landelijk gebied (ILG). ILG is geen subsidieprogramma op zichzelf maar een sturingsfilosofie, waarin rijksbudgetten- bedoeld voor de inrichting en het beheer van het landelijk gebieden- worden gebundeld.

Op grond van prestatieafspraken worden deze budgetten ter beschikking gesteld aan de provincies. De provincie krijgt de verantwoordelijkheid om de middelen uit het ILG effectief te besteden. Hiervoor maakt elke provincie samen met haar partners in het landelijk gebied een provinciaal meerjarenprogramma (PMJP). Het provinciaal meerjarenprogramma is enerzijds een afspraak met het Rijk over de doelen en prestaties die in het landelijk gebied gehaald moeten worden in de periode 2007 tot en met 2013. Anderzijds vormt het een basis voor provincie, overheden en andere partners in het landelijk gebied om projecten op te zetten en te realiseren.

De POP maatregelen van de assen 2, 3 en 4 en de maatregel voor structuurverbetering van de landbouw (maatregel 125) van as 1 worden door de provincies in het ILG-spoor uitgevoerd.

Fasering

POP-2 kent verschillende fasen, namelijk:

1. Voorbereidingsfase, 2005 en 2006

Voordat het POP officieel van start kan gaan op 1 januari 2007, moet iedere lidstaat een aantal zaken 'op orde' hebben. Behalve de opzet van een solide programmaorganisatie valt hieronder ook de realisatie van de Nationale Plattelandsstrategie (NPS) en het Programmadocument POP-2. De nadruk ligt in deze fase op informatieoverdracht, draagvlakvorming en afstemming. De belangrijkste activiteiten in deze periode zijn overleg en afstemming met betrokken partijen en informatie- en communicatieactiviteiten zoals consultatiebijeenkomsten en informatieoverdracht via de website en nieuwsbrieven. Het informeren van de POP-coördinatoren en de vertegenwoordigers van het LNV-betaalorgaan en -via hen- het informeren van de potentiële eindbegunstigden over de mogelijkheden van het programma staat aan het einde van deze fase centraal.

2. Uitvoeringsfase, 2007 t/m 2013

Gedurende de looptijd van het POP is het van belang dat de betrokken partijen op de hoogte blijven van de ontwikkelingen en mogelijkheden binnen het POP. Regelmatige afstemming over de voortgang met uitvoerende en intermediaire partijen staat in deze periode centraal. Daarnaast wordt veel aandacht besteed aan het informeren van potentiële eindbegunstigden over de mogelijkheden die het programma biedt. Ook worden de (tussentijdse) resultaten van het POP - binnen de Europese context- aan het brede publiek bekend gemaakt, waarmee POP tevens als vliegwiel of inspiratiebron voor nieuwe ideeën fungeert.

3. Verantwoordingsfase 2013-2015 (i.v.m. N+2)

Het programma loopt tot 1 januari 2013. In de periode die daarop volgt (2 jaar), staan de afronding en evaluatie van het programma centraal. De sluiting van de lopende projecten en de Ex post evaluatie maken hier deel van uit. Ook zal aandacht worden besteed aan de behaalde resultaten middels de uitgave van een brochure.

Betrokken partijen en verantwoordelijkheden

Het Nederlandse programma POP-2 valt onder de verantwoordelijkheid van het ministerie van LNV dat is aangesteld als beheersautoriteit voor het POP. De beheersautoriteit is ervoor verantwoordelijk dat het programma op een doelmatige, doeltreffende en correcte wijze wordt beheerd en uitgevoerd.

Regiebureau POP en Programmteam POP-2

Het Regiebureau POP is het coördinerend orgaan voor de dagelijkse uitvoering van het programma in Nederland. Bij het bureau werken zowel mensen vanuit het ministerie van LNV als vanuit de provincies. Het hoofd van het Regiebureau fungeert als Programma-manager POP-2 en zit tevens het Programmteam POP-2 voor. Dit team voert (vooralsnog) in de voorbereidingsfase tweewekelijks overleg waarin POP-2 inhoudelijk en uitvoeringstechnisch wordt voorbereid. Ook worden diverse communicatieactiviteiten vanuit dit team georganiseerd. Aan dit overleg nemen partners zoals LNV (diverse beleidsdirecties), LNV-betaalorgaan, Ministeries van VROM en VenW, IPO, provincies (vertegenwoordigd door vier landsdeelcoördinatoren) en het Regiebureau zelf deel.

Het Regiebureau staat centraal bij de uitvoering van de communicatieactiviteiten. Een groot aantal van de acties zal door het Regiebureau worden opgepakt; dit zijn met name de landelijk georganiseerde bijeenkomsten en de algemene informatieverstrekking over het programma. Daarnaast faciliteert het Regiebureau de POP-coördinatoren van de provincies en de vertegenwoordigers van het LNV-betaalorgaan bij de decentrale communicatieactiviteiten.

Comité van Toezicht

Het Comité van Toezicht -voorzeten door de Minister van LNV- stuurt het POP formeel op hoofdlijnen aan. Bestuurlijke vertegenwoordigers van Rijk, EU en provincies komen in het Comité twee maal per jaar bij elkaar. Het Comité neemt besluiten over belangrijke inhoudelijke en budgettaire koerswijzigingen. In lijn met artikel 77 van Verordening (EG) No. 1698/2005 zal het Comité tijdens de POP-2-periode op de hoogte worden gebracht van de voortgang en de resultaten van de communicatieactiviteiten.

Ministerie van LNV

Diverse beleidsdirecties van LNV zijn nauw betrokken bij de totstandkoming van het POP. In de voorbereidingsfase zijn het vooral de beleidsdirecties Internationale Zaken, Landbouw, Natuur en Platteland die het programma inhoudelijk gestalte geven. Ook zijn zij als lid van het Programmteam POP-2 betrokken bij de organisatie van diverse communicatieactiviteiten. De coördinerende beleidsdirectie voor het POP is Directie Landbouw. Directie Voorlichting van LNV is nauw betrokken bij de totstandkoming van het communicatieplan en zal gedurende de uitvoering met name een rol spelen in de inhoudelijke en persactiviteiten. Het betaalorgaan van LNV Dienst Landelijk Gebied (DLG) en 'delegated body' Dienst Regelingen (DR) spelen beide een belangrijke rol in de informatieverstrekking op uitvoeringsniveau. De informatie over ondernemersgerichte maatregelen die via het LNV-loket lopen, wordt via DR gecoördineerd. Het Regiebureau POP faciliteert het betaalorgaan bij de maatregelgerichte voorlichtingsactiviteiten.

Andere inhoudelijk en financieel betrokken departementen zijn VROM en VenW; een aantal POP maatregelen sluit aan bij de beleidsdoelen van deze ministeries en daarom zijn ook zij betrokken bij het Programmadocument POP-2.

Provincies

Net als het ministerie van LNV zijn de provincies een belangrijke partner bij de totstandkoming van het Programmadocument POP-2. In de vorm van landsdeelvertegenwoordigers zijn alle provincies vertegenwoordigd in het Programmteam POP-2. Ook het Interprovinciaal Overleg (IPO) – het centrale samenwerkingsverband van provincies- is in het Programmteam vertegenwoordigd. Net als in de huidige periode zullen tijdens POP-2 in de verschillende provincies loketten worden ingericht die informatie verstrekken over POP en andere gebiedsgerichte subsidieprogramma's

(front-office). Provincies geven algemene voorlichting en verstrekken gerichte informatie aan potentiële begunstigen over o.a. de mogelijkheden, randvoorwaarden en uitvoering van het POP. Vrijwel alle provincies hebben een eigen communicatietraject voor het PMJP of zijn voornemens dit op de starten. Omdat de gebiedsgerichte maatregelen van het POP deel uitmaken van het ILG en daarmee het PMJP ligt het voor de hand de communicatie en voorlichtingsactiviteiten te integreren. Voorschrift van de Europese Commissie is dat POP en de POP-doelen wel als zodanig herkenbaar zijn (zie ook bijlage 1 uitwerking loketfunctie)

Het Regiebureau POP faciliteert de provincies bij de decentrale voorlichtingsactiviteiten. De POP-coördinatoren zijn hiervoor het eerste aanspreekpunt. Zij zijn immers de schakel tussen het programma en de uitvoering en hebben – hetzij via de gebiedsloketten, hetzij zelf- direct contact met de potentiële eindbegunstigen

POP, Leader en provincies

Zoals eerder gezegd maakt Leader in de POP-periode 2007-2013 integraal onderdeel uit van het plattelandsontwikkelingsprogramma. Van de vier POP-assen is er één speciaal gericht op Leader (As 4), maar Leaderinitiatieven kunnen even goed ook gericht zijn op de andere inhoudelijke assen. De communicatieactiviteiten met betrekking tot Leader lopen mee met de reguliere communicatie die de provincies voor gebiedsgerichte maatregelen organiseren. Daarnaast dienen de Plaatselijke Groepen (PG's) ook ingezet te worden voor specifieke Leadercommunicatie: zij moeten gebruik maken van verschillende middelen om de lokale gemeenschap te informeren over de mogelijkheden van projectsubsidies: op openbare vergaderingen en evenementen, via folders en publicaties, de websites van de plaatselijke groepen en via de leden van de plaatselijke groepen. Op deze manier beantwoorden de plaatselijke groepen niet alleen aan de vraag naar subsidies, maar kunnen ze ook andere plaatselijke actoren aanmoedigen om na te denken over nieuwe investeringen of andere projecten. Deze communicatiemiddelen dienen te voldoen aan de Europese vereisten ten aanzien van communicatie over POP2/Leader. Wat betreft de uitvoering van Leader is vastgesteld dat de Plaatselijke Groep de projecten inhoudelijk beoordeelt en toetst aan de ontwikkelingsstrategie en het PMJP. Voor de projecten binnen de Leader-as geldt dat de provincies beschikken na een zwaarwegend advies van de plaatselijke groep, of dat de plaatselijke groep zelf beschikt als deze zich in een rechtspersoon heeft verenigd.

Afbakening

Publiciteit en voorlichting over Europese programma's is, zoals veel andere zaken, gebonden aan Europese regelgeving. Voor de POP-periode 2007-2013 zijn de bepalingen voor voorlichting en publiciteit vastgelegd in artikel 76 van Europese Plattelandsverordening (EG) nr. 1698/2005 en verder uitgewerkt in de bijbehorende uitvoeringsverordening (zie bijlage 3)

2 Communicatiedoelgroepen

In de doelgroepen maken we onderscheid tussen de direct betrokkenen en de burgers (brede publiek). Bij 'kennisniveau' is beschreven of ze vanuit de POP-periode 2000-2006 al bekend zijn met het plattelandsontwikkelingsprogramma. Bij 'taak/rol' is kort beschreven wat we van deze partijen in bepaalde fases kunnen verwachten.

In bijlage 6 is de complete lijst met betrokken partijen opgenomen.

Primaire doelgroep (direct betrokkenen)

a) POP-coördinatoren, vertegenwoordigers LNV-betalorgaan

POP- coördinatoren van de provincies, vertegenwoordigers van het LNV betaalorgaan

Kennisniveau: Goed bekend met POP
Taak/rol: Voor het Regiebureau zijn de POP-coördinatoren en de vertegenwoordigers van het LNV-betalorgaan de belangrijkste contactpersonen voor communicatieactiviteiten op maatregelniveau. Zij zullen middels de verschillende provinciale loketten en het LNV-loket de potentiële eindbegunstigden gericht informeren over de mogelijkheden en randvoorwaarden. Ook is een aantal activiteiten uit het plan specifiek gericht op deze doelgroep zelf.

b) Maatschappelijk veld, (semi) overheden, belangengroepen

1) Maatschappelijke organisaties, intermediairen naar potentiële begunstigden, sectorale beroepsorganisaties, economische en sociale partners

Kennisniveau: Redelijk bekend met POP
Taak/rol: Vanuit hun brede ervaring in het maatschappelijk veld zijn deze partijen een belangrijke schakel richting potentiële eindbegunstigden. Ze hebben vaak nauw contact met de uitvoerende partijen (agrariërs) of kunnen zelf uitvoerende partij zijn. In de voorbereidingsfase van het programma zijn deze partijen nauw betrokken bij de consultatie en draagvlakvorming. Tijdens de uitvoering zijn ze op de hoogte van de mogelijkheden binnen het POP en de recente ontwikkelingen. Ze kunnen deze informatie overdragen en/ of zelf benutten. Tevens zullen zij betrokken zijn bij de evaluatie van het POP.

2) Plattelandsnetwerk (Nationaal Netwerk voor het platteland)

Kennisniveau: Redelijk bekend met POP
(Het Nationaal Netwerk voor het platteland was voorheen het Leadernetwerk, zodoende dat een aantal partijen redelijk bekend is met POP)
Taak/rol: Het Nationale Netwerk dient volgens de EU-kaders voor het POP tot "het uitwisselen van ervaringen, het ondersteunen van de uitvoering en evaluatie van het plattelandsontwikkelingsbeleid, en het coördineren van de informatiestroom tussen het lokale, nationale en Europese niveau". Het netwerk heeft een belangrijke rol in de uitvoering van de assen 1, 2, 3 en 4 (dus het gehele POP-2 en niet alleen voor de Leader-as van het programma). In het netwerk zitten lokale partners die direct of indirect betrokken zijn bij de uitvoering van (bottom-up) projecten binnen de 4 assen. Veel van deze lokale partners zijn ook landelijk/ provinciaal georganiseerd en worden dus ook via de eerdergenoemde doelgroep (b1)) betrokken bij POP-2.

3) Gemeenten (via VNG) en Waterschappen

Kennisniveau: Redelijk bekend met POP
Taak/rol: Samen met het Rijk en de provincies zijn zij belangrijke inhoudelijke en financiële partners binnen het ILG. Omdat de gebiedsgerichte maatregelen van het POP meelopen met het ILG betrekken we VNG en waterschappen in alle fases van het POP; met name in de consultatie en draagvlakvorming in de voorbereidingsperiode.

c) Betrokken bestuurders en politici van Rijk en provincies

Kennisniveau: Goed bekend met POP
Taak/rol: Bestuurders en politici dragen bestuurlijke en politieke verantwoordelijkheid voor het POP-2-programma. Hoewel LNV beheersautoriteit is voor POP Nederland en in die zin eindverantwoordelijk is, zal een aantal beslissingen op provinciaal niveau genomen worden (keuze gebiedsgerichte maatregelen, budget). Vanuit hun bestuurlijke, politieke rol zullen zij (langs reguliere weg) bij alle fases betrokken worden.

d) Potentiële eindbegunstigden

Potentiële eindbegunstigden

Kennisniveau: Niet of nauwelijks bekend met POP (uitgezonderd oud-begunstigden)
Taak/rol: De potentiële eindbegunstigden kunnen informatie over POP en andere maatregelen inwinnen bij de diverse provinciale loketten en het LNV-loket. Zij worden begeleid bij hun POP subsidieaanvraag door de medewerkers van de loketten. De eindbegunstigden zijn op de hoogte van de randvoorwaarden en de eisen die het programma stelt en handelen conform.

Secundaire doelgroep: burgers

Burgers

Kennisniveau: Niet of nauwelijks bekend met POP
Taak/rol: De burger ziet of kan gebruik maken van de gerealiseerde POP-projecten in zijn directe leefomgeving. De burger ervaart in die zin dat de EU betekenis heeft voor het Nederlandse platteland. Het zijn vooral de burgers die geïnteresseerd zijn in het platteland die met onze communicatieactiviteiten bereikt worden.

3 Communicatiedoelstellingen

De rol van de EU voor plattelandontwikkeling breed onder de aandacht brengen en het informeren over het programma zijn -samengevat- de belangrijkste doelstellingen uit de Europese plattelandverordening (EG) nr. 1698/2005.

In dit communicatieplan zijn deze doelstellingen per doelgroep vertaald. De doelstellingen zijn in meetbare termen geformuleerd, wat houvast biedt voor de evaluaties (midterm en ex-post) van het POP-programma. In het Evaluatiehoofdstuk (hfst.6) worden onderstaande doelstellingen gekoppeld aan de diverse communicatieactiviteiten.

Primaire doelstelling gericht op primaire doelgroep (direct betrokkenen)

De communicatie naar de direct betrokkenen heeft vooral als doelstelling hen te informeren (kennis), maar natuurlijk ook betrokkenheid en bewustzijn te creëren (houding) en hen aan te zetten tot het vervullen van de rol die we van hen verwachten (gedrag). Omdat de primaire doelgroep uit 4 subdoelgroepen bestaat is het % een gemiddelde van deze subdoelgroepen.

1) Kennis: op de hoogte zijn

In 2010 weet gemiddeld 75 % van de primaire doelgroep dat POP een Europees programma is met 4 prioriteiten (assen) en dat het POP bijdraagt aan plattelandontwikkeling.

2) Houding: bewustzijn en betrokkenheid

In 2010 vindt gemiddels 70 % van de primaire doelgroep het belangrijk betrokken te zijn / op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen en mogelijkheden van het POP.

3) Gedrag: (anderen) informeren

In 2010 is gemiddeld 60 % van de primaire doelgroep in staat aan anderen uit te leggen waar POP voor staat en welke soort projecten ingediend kunnen worden.

Secundaire doelstelling gericht op de burger

De communicatie naar de burger – ofwel het brede publiek- heeft als doelstelling niet zozeer actie (gedrag), maar meer algemeen informeren (kennis) en bewustzijn (houding).

1) Kennis: op de hoogte zijn

Burgers, geïnteresseerd in plattelandontwikkeling, weten aan het eind van de uitvoeringsperiode dat de EU, Rijk en provincies bijdragen aan de plattelandontwikkeling.

2) Houding: bewustzijn en betrokkenheid

Burgers, geïnteresseerd in plattelandontwikkeling, vinden het aan het eind van de uitvoeringsperiode belangrijk dat EU, Rijk en provincies actief plattelandontwikkeling steunen.

4 Strategie

Uitgangs- en aandachtspunten

EU richtlijnen

In de plattelandsverordening EG (nr.) 1698/2005 en de bijbehorende uitvoeringsverordening geeft de EU richtlijnen voor de communicatie en voorlichtingsactiviteiten voor de POP-periode 2007-2013. Deze richtlijnen vormen het uitgangspunt van dit communicatieplan (zie bijlage 3, Brusselse voorschriften).

Uitvoeren en faciliteren

Uitgangspunt is dat het Regiebureau POP zorg draagt voor de uitvoering van het communicatieplan. Een aantal activiteiten wordt gezamenlijk met Rijk en provincies opgepakt. Ook faciliteert het Regiebureau POP de provincies en Rijk bij de communicatie en voorlichting op maatregelniveau. Hierbij wordt overigens zoveel mogelijk aangehaakt bij bestaande communicatietrajecten die voor het LNV-Ondernemersprogramma (Ondernemersloket) en de provinciale Meerjarenprogramma's (PMJP's/ILG) worden opgezet.

Communicatielessen POP 2000-2006

Hoewel communicatie geen verplicht onderdeel was van POP-1, is er wel op ingegaan tijdens de verschillende evaluaties. Uit de resultaten bleek dat meer structurele aandacht voor communicatie gewenst is; het op de hoogte houden van betrokkenen bleek voor verbetering vatbaar. Hieronder staan -samengevat- de belangrijkste aanbevelingen uit de Midterm Evaluatie POP-1 en de schriftelijke evaluatieronde die door het Regiebureau POP eind 2004 onder betrokken ambtelijke gremia van provincies en Rijk is uitgezet

- Zorg voor tijdige en heldere informatie over budget, uitputting en mogelijke verschuivingen per thema;
- Zorg voor goede communicatie en voorlichting over de voorwaarden en mogelijkheden binnen het POP richting aanvrager/eindbegunstigde en zet deze voorwaarden in een document dat status heeft;
- Een digitale nieuwsbrief met informatie over POP is wenselijk (Bron: zie ⁴)

Duidelijke communicatie

Waar gewaakt voor moet worden is dat 'plattelandsontwikkeling' in de communicatieboodschap geen leeg, nietszeggend begrip wordt. Dit gevaar bestaat omdat 'plattelandsontwikkeling' zo breed en veelomvattend is en het vaak als containerbegrip wordt gebruikt voor alles wat er in het buitengebied gebeurt. Omdat het Nederlandse POP met zijn vier assen en vele maatregelen ook breed ingestoken is, is het belangrijk een heldere en duidelijke boodschap uit te dragen.

Communicatieboodschap

Wat gaan we de doelgroepen vertellen? In de Nationale Plattelandsstrategie zijn de prioriteiten van POP-2 als volgt samengevat:

Nationale Plattelandsstrategie:

Centraal in het Nederlandse POP zal staan een integrale (agrarische) transformatieopgave. Innovatieve en structuurversterkende maatregelen zullen daarbij zoveel mogelijk hand in hand gaan met de belangrijke opgaven om de milieudruk vanuit de land- en tuinbouw verder te verminderen en te voldoen aan de verplichtingen uit hoofde van de Kaderrichtlijn Water.

Het spreekt vanzelf dat alleen duurzame ontwikkeling toekomstbestendig is.

⁴ Bron:

Eindrapport Midterm Evaluatie POP-1, ECORYS-NEI, oktober 2003
Document "Resultaat enquête naar praktische ervaringen met het POP", Regiebureau POP, januari 2005

Nederland streeft naar een goed evenwicht tussen de kwaliteit van natuur en landschap enerzijds en het gebruik daarvan voor wonen, recreatie, gezondheid en persoonlijk welbevinden anderzijds.²

De begeleidende communicatieboodschap die de brede context van het POP weergeeft, formuleren we als volgt:

Communicatieboodschap:

"Het platteland moet economisch versterkt en een prettiger leefomgeving worden waarbij ruimte blijft voor een concurrerende agrarische sector, innovatie, structuurversterkende maatregelen, natuurontwikkeling en landschapsbeheer, diversificatie en leefbaarheid zonder de EU verplichtingen op (o.a. KRW) daarbij uit het oog te verliezen.

Nederland streeft naar een goed evenwicht tussen de kwaliteit van natuur en landschap enerzijds en het gebruik daarvan voor wonen, recreatie, gezondheid en persoonlijk welbevinden anderzijds. Daarom stelt de EU samen met de Nederlandse overheid in de periode 2007-2013 via het tweede Plattelandsontwikkelingsprogramma bijna 1 miljard euro subsidie ter beschikking."

Deze boodschap wordt altijd aangevuld/aangepast naar specifieke doelgroep en/of context, bijvoorbeeld:

"...dien daarom uiterlijk op datum x uw projectvoorstellen in"

"...informeer daarom nu uw leden over voorwaarden en inzendtermijn"

"...en mede daardoor kunt u wandelen over dit nieuw aangelegde pad door het weiland"

"...en mede daardoor is deze zorgboerderij tot stand gekomen"

"...dit project is tot stand gekomen mede dankzij het EU-Plattelandsontwikkelingsfonds (POP)"

Vanuit de EU is verplicht gesteld dat al het schriftelijke en digitale informatiemateriaal voorzien wordt van onderstaande slogan en het logo van de Europese Unie (vlag).

Slogan:

"Europees Landbouwfonds voor Plattelandsontwikkeling: Europa investeert in zijn platteland".

Aanpak in de voorbereidingsfase (2005-2006)

Hoe brengen we deze boodschap over in de verschillende fases van het programma? Hieronder staat hoe, wanneer en op welke doelgroep we onze boodschap richten:

Nadruk op primaire doelgroepen

In deze fase ligt bij de communicatie de nadruk op de primaire doelgroepen: we zullen hen betrekken, consulteren en breed informeren en. Via informatiebijeenkomsten worden de POP-coördinatoren en vertegenwoordigers van het LNV betaalorgaan op de hoogte gebracht van de mogelijkheden en voorwaarden van het POP. Ook worden de loketmedewerkers van LNV en provincies op een zodanig kennisniveau worden gebracht waarop zij de potentiële eindbegunstigden kunnen informeren. De basis voor informatiemateriaal op maatregelniveau wordt gelegd. De doelgroep 'burger' is nog niet relevant.

Direct en persoonlijk

De strategie is zoveel mogelijk directe en persoonlijke communicatie te gebruiken, dus communicatie door middel van informatiebijeenkomsten, persoonlijke en schriftelijke contacten.

² Bron: Nationale plattelandsstrategie, nov 2006, pag 25

Altijd beschikbaar

Dit wordt ondersteund door reguliere, schriftelijke informatie zowel via de (digitale) nieuwsbrief als via de website van het Regiebureau. Met name de website is belangrijk omdat deze voortdurend beschikbaar is en actuele informatie eenvoudig kan worden toegevoegd.

Aanpak in de uitvoeringsfase (2007 t/m 2013)

Reguliere en ad hoc contacten

Ook in deze fase zijn de direct betrokkenen de primaire doelgroep, maar de activiteiten zullen meer gericht zijn op informatievoorziening over de inhoudelijke en financiële mogelijkheden en de tussentijdse resultaten van het POP die inspirerend en motiverend kunnen zijn voor nieuwe projecten. Persoonlijke contacten via reguliere overleggen en ad hoc informatiebijeenkomsten worden gezet, evenals schriftelijk informatiemateriaal.

Ondersteunende middelen

De digitale nieuwsbrief en de website zullen ook tijdens de uitvoering belangrijke communicatiemiddelen zijn. Het Regiebureau voorziet in algemeen informatiemateriaal over POP-2 en faciliteert de loketten bij de communicatieactiviteiten op maatregelniveau.

De burger: via media

Voor het bereiken van de tweede doelstelling, de burger -ofwel het brede publiek- informeren, zullen we vooral inzetten op aandacht in de media. Persaandacht kan worden gekregen met de verkiezing van POP-project van het jaar, waarbij een aansprekende vertaling moet worden gemaakt voor het grote publiek. Ook de start of oplevering van een project kunnen aanleiding zijn de pers te benaderen. Daarnaast zullen de mogelijkheden voor televisieprogramma's over POP op de regionale televisie geïnventariseerd worden, veel provincies hebben bestaande programma's over plattelandsontwikkeling die zich hier goed voor lenen. Ook zullen we informatieborden bij (fysieke) projecten laten plaatsen waarmee bekend wordt dat de EU bij heeft gedragen.

Aanpak in de evaluatiefase (2014-2015)

Uitgave Brochure

In deze fase staat de afronding en de evaluatie van het programma centraal. De communicatiedoelstellingen worden als onderdeel van de Ex post evaluatie geëvalueerd. Het Regiebureau POP geeft in samenwerking met de uitvoerende partijen (LNV, provincies) een brochure uit met daarin een selectie van de behaalde resultaten.

5 Media en middeleninzet

Om de communicatiedoelstellingen (hfst. 3) te halen, worden in alle fases van het programma media en middelen ingezet. In het schema staat wanneer de verschillende activiteiten worden opgepakt en/of uitgevoerd. Een gedetailleerde uitwerking van de media en middeleninzet is opgenomen in bijlage 2.

Vorbereidingsfase

Voor de totstandkoming van de Nationale Plattelands Strategie en het Programmadocument organiseert het Regiebureau POP informatie- en consultatiebijeenkomsten (1) voor het creëren van draagvlak en het overdragen van informatie. Daarnaast worden voor beide documenten schriftelijke consultatierondes (2) opgezet.

Het Regiebureau organiseert in samenwerking met LNV en provincies een aantal informatie en voorlichtingsbijeenkomsten (3) om het kennisniveau van de POP-coördinatoren en de vertegenwoordigers van het LNV-betalorgaan over POP-2 op peil te brengen. Het gaat dan met name om de mogelijkheden en randvoorwaarden van het programma. Ook zal in samenwerking met deze partijen digitaal en schriftelijk informatiemateriaal (4,5) ontwikkeld worden.

De website (6) van het Regiebureau POP⁵ is een belangrijke informatiebron. Daarnaast zal het Regiebureau POP begin 2007 starten met een digitale nieuwsbrief (7) met daarin interessante ontwikkelingen en uitvoeringsnieuws over het POP-programma.

Uitvoeringsfase

De potentiële eindbegunstigden worden aan de loketten geïnformeerd over POP-2. Voor decentrale voorlichtings- en communicatieactiviteiten kunnen contactpersonen van de provincies en Rijk gebruik maken van de bij het Regiebureau beschikbare stand-inrichting (8). Pers en media zullen worden benaderd o.a. met de verkiezing "POP-project van het jaar" (9). De burger zal bereikt worden via de lokale en landelijke media en pers (a), via informatieborden (b) die bij de fysieke projecten worden geplaatst en Regionale TV uitzendingen (c).

De digitale nieuwsbrief en de website zullen ook tijdens de uitvoering een belangrijk communicatiemiddel zijn.

Evaluatiefase

In de evaluatiefase wordt een POP-2 brochure (10) uitgegeven met daarin succesvolle projecten van de POP-periode 2007-2013. Het programma en de communicatiedoelstellingen worden geëvalueerd in de reguliere Ex post evaluatie.

Media en Middelen		Voorber. 2005-2006	Uitvoering 2007-2013	Evaluatie 2014-2015
A. Primaire doelgroep: direct betrokkenen				
1	Informatie- en consultatiebijeenkomsten			
2	Schriftelijke consultatie			
3	Informeren en voorlichten van POP-coördinatoren, vertegenwoordigers LNV-betalorgaan			
4, 5	Informatiemateriaal: - Folder/internet: algemene informatie POP-2 - Folder/internet: informatie op maatregelniveau			
6	Website Regiebureau POP			

³ Website Regiebureau POP: www.regiebureau-pop.nl

	- deel: openbaar - deel: beperkt toegankelijk			
7	Digitale nieuwsbrief POP-2			
8	Stand-inrichting			
9	Verkiezing "POP-project van het jaar"			
10	Brochure resultaten POP-2			
B. Secundaire doelgroep: burger (brede publiek)				
A	Media/ persbenadering landelijke/lokale pers			
B	Informatieborden bij projecten			
C	Regionale TV (TV-programma's over platteland)			

6 Evaluatie

De doelstellingen van dit communicatieplan worden tijdens de verplichte evaluaties (voortgangs-, midterm en ex-post) van het POP-programma geëvalueerd. De inzet van de media en middelen (hfst 5) moet leiden tot het behalen van de communicatiedoelstellingen.

In het schema hieronder zijn de communicatiedoelstellingen (kennis, houding, gedrag) gekoppeld aan de media en middeleninzet (zie ook bijlage 2).

Media en Middelen		Voorber. 2005-2006	Uitvoering 2007-2013	Evaluatie 2014-2015	Doelstellingen (hoofdstuk 3)
A. Primaire doelgroep: direct betrokkenen					
1	Informatie- en consultatiebijeenkomsten				Kennis, gedrag
2	Schriftelijke consultatie				Kennis, houding
3	Informereren en voorlichten van POP-coördinatoren, vertegenwoordigers LNV-betalorgaan				Kennis, houding, gedrag
4,5	Informatiemateriaal - Folder/internet: alg. informatie POP-2 - Folder/internet: inf. maatregelniveau				Kennis, gedrag
6	Website - deel: openbaar - deel: beperkt toegankelijk				Kennis, houding, gedrag
7	Digitale nieuwsbrief POP-2				Kennis, houding, gedrag
8	Stand-inrichting				Kennis
9	Verkiezing "POP-project van het jaar"				Kennis, houding, gedrag
10	Brochure resultaten POP-2				Kennis
B. Secundaire doelgroep: burger (brede publiek)					
A	Media/ persbenadering landelijke/lokale pers				Kennis, houding
B	Informatieborden bij projecten				Kennis, houding
C	Regionale tv (TVprogramma's over platteland)				Kennis, houding

7 Financiering

Technische bijstand

Maximaal 4% van de totale EU- bijdrage aan het Nationale POP kan worden besteed aan technische bijstand. De activiteiten uit dit communicatieplan worden voor 50 % gefinancierd uit dit budget. Overige financiering komt voor rekening van het Regiebureau POP of van de individuele provincies.

Begroting

Voor het aanvragen van budget moet *globaal* rekening worden gehouden met de volgende kosten:

Begroting		Externe kosten		Intern
		Minimaal In Euro	Maximaal In Euro	Uren
Middelen en Media				
Primaire doelgroep: direct betrokkenen				
1	Informatie- en consultatiebijeenkomsten	10.000	12.000	140
2	Schriftelijke consultatie	nvt	nvt	100
3	Informer en voorlichten van POP- coördinatoren, vertegenwoordigers LNV-betalorgaan	nvt	nvt	100
4,5	Informatiemateriaal - Folder/internet: alg. informatie POP-2 - Folder/internet: inf. maatregelniveau	25.000	35.000	220
6	Website - deel: openbaar - deel: beperkt toegankelijk	2000	3000	1680
7	Digitale nieuwsbrief POP-2	2000	3000	1050
8	Stand-inrichting	3000	5000	100
9	Verkiezing "POP-project van het jaar "	48.000	66.000	270
10	Brochure resultaten POP-2	25.000	35.000	220
Secundaire doelgroep: burgers				
A	Media/ persbenadering landelijke/lokale pers	nvt	nvt	100
B	Informatieborden bij projecten - cdroms	10.000	15.000	100
C	Regionale tv (TVprogramma's over platteland)	nvt	nvt	Nvt
Subtotaal		125.000	174.000	4080
Onvoorzien 10 %		12.500	17.400	Nvt
TOTAAL		137.500	191.400	nvt

Bijlage 1 Uitwerking Loketfunctie.

Loketfunctie LNV en provincies (front office)

Als 'frontoffice' informeren het LNV-loket en provinciale loketten de potentiële eindbegunstigden over de mogelijkheden en randvoorwaarden van het POP-programma. Tevens faciliteren zij bij de eventuele subsidieaanvraag. Voor provincies ligt hierbij de nadruk op gebiedsgerichte maatregelen die via het ILG-spoor (PMJP) lopen. Bij het LNV-loket gaat het om de ondernemersgerichte maatregelen van het LNV-Ondernemersprogramma. Onderling hebben de loketten een doorverwijsfunctie, wat zoveel inhoudt dat men potentiële eindbegunstigden op mogelijkheden binnen zowel gebieds- als ondernemersgerichte maatregelen kan wijzen.

Als betaalorgaan in de 'backoffice' zijn Dienst Landelijk Gebied (DLG) voor gebiedsgerichte maatregelen en Dienst Regelingen (DR) ondernemersgerichte maatregelen actief. DR zorgt ervoor dat het LNV-loket als frontoffice de juiste informatie aan de potentiële begunstigden kan verstrekken, bij de provincies vindt deze samenwerking plaats met DLG. Het regiebureau POP faciliteert DR en DLG bij hun taak.

De provinciale loketten en het LNV-loket hebben een eigen website waarop informatie m.b.t. POP beschikbaar is. Het gaat hier o.a. om:

- Algemene info over POP
- Overzicht van lopende POP projecten (foto, naam project, locatie, korte omschrijving, POP-cofinanciering)
- Informatie op maatregelniveau*
- Uitvoeringsvoorwaarden*
- Contactgegevens*
- Slogan en Logo EU (met downloadfunctie)*
- Links naar relevante websites*
- Digitale aanvraagformulieren*

(* verplichtingen uitvoeringsverordening ; zie bijlage 3,4 en 5 van dit communicatieplan)

Verder is o.a. bij de loketten beschikbaar:

- Brochure met algemene informatie over POP (door Regiebureau)
- Schriftelijk informatiemateriaal op maatregelniveau
- Aanvraagformulieren POP
- Cd-rom met voorschriften voor uitvoering, als bijlage bij de beschikking, indien relevant (door Regiebureau POP)

Voorschriften Brussel voor schriftelijk en digitaal informatiemateriaal

De Europese Commissie schrijft voor dat er expliciet over POP-doelen gecommuniceerd wordt. Het is toegestaan POP te integreren in de (lopende) communicatietrajecten van het ILG/ PMJP en het LNV-loket (huisstijl), mits de POP-doelen herkenbaar blijven. Informatiemateriaal voor POP dient dus in nauwe samenwerking met de communicatiemedewerkers van het ILG/PMJP en het LNV-loket ontwikkeld te worden.

Brussel schrijft in de uitvoeringsverordening een aantal maatregelen voor die betrekking hebben op bovengenoemde publicaties. De verordening zelf is in bijlage 3 van dit communicatieplan te vinden. In bijlage 4 van dit communicatieplan staat op welke publicaties de voorschriften van toepassing zijn en wie voor de toepassing verantwoordelijk is. In bijlage 5 is een checklist opgenomen als hulpmiddel voor de loketten.

Overige taken en verantwoordelijkheden

Een opsomming van de taken en verantwoordelijkheden die direct voortvloeien uit de communicatieactiviteiten van dit plan zijn in het schema hieronder aangegeven. Met contactpersonen worden de POP-coördinatoren van de provincies en de vertegenwoordigers van het LNV-betalorgaan bedoeld.

Middelen en Media		Taken en Verantwoordelijkheden contactpersonen loketten	Opmerkingen/ aandachtspunten
Primaire doelgroep: direct betrokkenen			
1	Informatie- en consultatiebijeenkomsten	- Bijwonen bijeenkomsten - Verspreiden kennis en informatie binnen provincie/ betaalorgaan.	Organisatie door RB POP
2	Schriftelijke consultatie	nvt	Organisatie door RB POP
3	Informereren en voorlichten van POP- coördinatoren, vertegenwoordigers LNV- betaalorgaan	- Bijwonen bijeenkomsten - Verspreiden informatie binnen provincie/ betaalorgaan.	Organisatie bijeenkomsten door RBPOP voor start van programma (desgewenst ook tijdens programma)
4,5	Informatiemateriaal 1) Folder/internet: alg. informatie POP-2 2) Folder/internet: inf. maatregelniveau	1) Algemene informatie POP-2 - Verspreiding folder - Plaatsing informatie op internetsite. 2) Informatie maatregelniveau - Productie folder/brochure - Plaatsing informatie op internetsite.	1) Regiebureau verantwoordelijk voor schriftelijk en digitale informatie mbt algemene informatie POP. 2) Provincie/ LNV-loket verantwoordelijk voor schriftelijke en digitale informatie op maatregelniveau.
6	Website - deel: openbaar - deel: beperkt toegankelijk	- nvt - Inloggegevens bij Regiebureau aanvragen	- nvt - Deel website beperkt toegankelijk voor contactpersonen prv/ Rijk
7	Digitale nieuwsbrief POP-2	- Incidentele bijdrage door contactpersonen - Bekendmaking nieuwsbrief binnen eigen organisatie	Digitale nieuwsbrief door RB POP waarbij incidentele bijdrage gevraagd van contactpersonen over bv. POP-project/ maatregel
8	Stand-inrichting	(optioneel) Aanvragen standinrichting bij Regiebureau POP.	Stand-inrichting is beschikbaar bij Regiebureau en te gebruiken voor voorlichtingsactiviteiten etc. Aanvraag stand-inrichting door contactpersonen.
9	Verkiezing "POP-project van het jaar "	- Tweejaarlijkse voordracht van POP-projecten - (evt) bijdrage juryrapport	Verkiezing "POP-project van het jaar" door RBPOP ism met contactpersonen.
10	Brochure resultaten POP-2	- Bijdragen aan keuze projecten - Decentrale verspreiding brochures	Samenstellen inhoud brochure door RBPOP ism contactpersonen
Secundaire doelgroep: burgers			
A	Media/ persbenadering landelijke/lokale pers	- Contactpersonen prv's benaderen lokale/ regionale media/ pers	RBPOP ism Directie Voorlichting LNV benadert landelijke media/ pers.
B	Informatieborden bij projecten	- Opnemen verplichting in voorwaarden/ beschikking - Informatie moet downloadbaar zijn en op cd-rom beschikbaar.	Bij alle fysieke POP-projecten wordt een informatieplaque of informatiebord geplaatst waaruit blijkt dat het project mogelijk wordt gemaakt dankzij EU-subsidie. Dit is verplicht gesteld vanuit Brussel (uitvoeringsverordening bijlage 6, artikel 2.2).

C	Regionale tv (TVprogramma's over platteland)	- Contact leggen met regionale tv over mogelijkheden uitzending mbt POP-project	Alleen provinciale contactpersonen
---	--	---	------------------------------------

Bijlage 2 Uitwerking Media en Middeleninzet.

In deze bijlage worden de communicatieactiviteiten (media en middelen) uit hoofdstuk 5 verder uitgewerkt. Van elke activiteit wordt het volgende beschreven:

Onderdeel	Beschrijving
Activiteit	Korte beschrijving van activiteit
Fase	Diagram met fases van POP-2 traject: "X " betekent dat activiteit is dat betreffende jaar wordt uitgevoerd.
Doelstelling	Wat willen we bereiken met de activiteit? <ul style="list-style-type: none">• Kennis• Houding• Gedrag
Doelgroep	Op welke doelgroep is activiteit specifiek gericht
Verantwoordelijk	Wie is verantwoordelijk voor uitvoering
Indicator	Indicator geeft aan hoe het resultaat wordt gemeten
Streefwaarde	Kwantitatieve invulling van indicator
Begroting	Verwachte kosten en uren
Taken/verantwoordelijkheden contactpersonen loketten	Taak en verantwoordelijkheden POP-coördinatoren provincies en vertegenwoordigers LNV-betalorgaan.

1. Organisatie informatie- en consultatiebijeenkomsten

Activiteit	Voor de start van het programma op 1 januari 2007 wordt een aantal informatie- en consultatiebijeenkomsten georganiseerd om de primaire doelgroep te betrekken bij het opstellen van de benodigde POP-documenten (NPS en Programmadocument POP-2) en/of te informeren over de mogelijkheden en randvoorwaarden van het programma.																														
Fase																															
Jaar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015																				
Uitvoering activiteit	X	X	X																												
Data diverse informatie- en consultatiebijeenkomsten:	<ul style="list-style-type: none"> • POP-2 algemeen: 7 december 2005 • Nationale Plattelandsstrategie (NPS): 25 januari 2006 • Programmadocument: 13 juni 2006 • Uitvoeringsbijeenkomst POP-2: 28 november 2006 (voor provincies, betaalorgaan) • Kick-off bijeenkomst uitvoering POP-2: gepland voorjaar 2007 																														
Doelstelling	<p>Kennis Doelgroep weet dat POP Europees subsidieprogramma voor het platteland is en weet van het bestaan van de 4 prioriteiten (inhoud en uitvoeringsaspecten).</p> <p>Gedrag Doelgroep stelt actief vragen, weet welke mogelijkheden het POP biedt en kan deze informatie doorgeven naar eigen achterban.</p>																														
Doelgroep	Primaire doelgroep: - POP- coördinatoren, vertegenwoordigers LNV betaalorgaan - Maatschappelijk veld, (semi) overheden, belangengroepen																														
Verantwoordelijk	Regiebureau POP																														
Indicator	Aantal deelnemers per bijeenkomst																														
Streefwaarde	Minimaal 50 deelnemers per bijeenkomst																														
Begroting	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th colspan="2">Externe kosten</th> <th>Uren Intern</th> </tr> <tr> <th></th> <th>Minimaal</th> <th>Maximaal</th> <th>Totaal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Accommodatie - catering - pendeldienst</td> <td>10.000,-</td> <td>12.000,-</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Vorbereiding</td> <td></td> <td></td> <td>100 (4 x 25)</td> </tr> <tr> <td>Verslag/nawerk</td> <td></td> <td></td> <td>40 (4x 10)</td> </tr> </tbody> </table>												Externe kosten		Uren Intern		Minimaal	Maximaal	Totaal	Accommodatie - catering - pendeldienst	10.000,-	12.000,-		Vorbereiding			100 (4 x 25)	Verslag/nawerk			40 (4x 10)
	Externe kosten		Uren Intern																												
	Minimaal	Maximaal	Totaal																												
Accommodatie - catering - pendeldienst	10.000,-	12.000,-																													
Vorbereiding			100 (4 x 25)																												
Verslag/nawerk			40 (4x 10)																												
Taken/verantw. contactpersonen	- Bijwonen bijeenkomsten - Verspreiden kennis en informatie binnen provincie/ betaalorgaan																														

2. Organisatie schriftelijke consultatie

Activiteit	Naast de organisatie van de informatie- en consultatiebijeenkomsten organiseert het Regiebureau POP een tweetal schriftelijke consultaties. De Nationale Plattelandsstrategie en het Programmadocument POP-2 worden beide ter consultatie aan brede doelgroep voorgelegd. Consultatie wordt uitgezet via website Regiebureau.																										
Fase																											
Jaar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015																
Uitvoering activiteit	X	X																									
<ul style="list-style-type: none"> - Schriftelijke consultatie NPS: maart 2006 - Schriftelijke consultatie Programmadocument POP-2: oktober 2006 																											
Doelstelling	<p>Kennis Doelgroep weet dat POP Europees subsidieprogramma voor het platteland is en weet van het bestaan van de 4 prioriteiten (inhoud en uitvoeringsaspecten)</p> <p>Gedrag Doelgroep stelt schriftelijke vragen, weet welke mogelijkheden het POP biedt.</p>																										
Doelgroep	Primaire doelgroep: - Maatschappelijk veld, (semi) overheden, belangengroepen; - POP- coördinatoren, vertegenwoordigers LNV betaalorgaan.																										
Verantwoordelijk	Regiebureau POP																										
Indicator	Resultaat van 2 schriftelijke consultaties(vraag & reactie) in documentvorm																										
Streefwaarde	Oplevering 2 documenten																										
Begroting	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th></th> <th colspan="2">Externe kosten</th> <th>Uren intern</th> </tr> <tr> <th></th> <th>Minimaal</th> <th>Maximaal</th> <th>Totaal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Vorbereiding</td> <td>nvt</td> <td>nvt</td> <td>40 (2x20)</td> </tr> <tr> <td>Verslag/nawerk</td> <td></td> <td></td> <td>60 (2x30)</td> </tr> </tbody> </table>												Externe kosten		Uren intern		Minimaal	Maximaal	Totaal	Vorbereiding	nvt	nvt	40 (2x20)	Verslag/nawerk			60 (2x30)
	Externe kosten		Uren intern																								
	Minimaal	Maximaal	Totaal																								
Vorbereiding	nvt	nvt	40 (2x20)																								
Verslag/nawerk			60 (2x30)																								
Taken/verantw. contactpersonen	Nvt																										

3. Informeren en voorlichten POP- coördinatoren en vertegenwoordigers LNV-betalorgaan

Activiteit	<p>Naast de informatie- en consultatiebijeenkomsten en reguliere overleggen organiseert het Regiebureau POP workshops voor POP-coördinatoren en vertegenwoordigers van het LNV-betalorgaan over de inhoud en voorwaarden van het POP. Deze contactpersonen zijn verantwoordelijk voor de verdere interne informatieoverdracht*.</p> <p>Het Regiebureau kan desgewenst tijdens de uitvoering faciliteren bij decentrale/ regionale/ interne bijeenkomsten georganiseerd door provincies of betaalorgaan.</p> <p>* 28 nov. 2006 wordt een informatiebijeenkomst georganiseerd voor <i>alle</i> uitvoeringsdeskundigen LNV en provincies.</p>												
Fase													
Jaar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015		
Uitvoering activiteit		X	X	X	X	X	X	X	X				
Doelstelling	<p>Kennis doelgroep weet wat POP is, weet wat zijn taak/rol in geheel is: wordt geïnformeerd over inhoud en voorwaarden POP-2</p> <p>Houding doelgroep wordt betrokken bij ontwikkelingen POP-2 en vindt deze betrokkenheid belangrijk</p> <p>Gedrag doelgroep gaat actief aan de slag met POP-2; draagt boodschap/ informatie verder uit .</p>												
Doelgroep	<p>Primaire doelgroep:</p> <ul style="list-style-type: none"> - POP-coördinatoren van provincies en vertegenwoordigers van LNV-betalorgaan 												
Verantwoordelijk	Regiebureau POP												
Indicator	Aantal POP- coördinatoren en vertegenwoordigers van LNV betaalorgaan dat workshops bijwoont												
Streefwaarde	Van elke provincie en elk betaalorgaan minimaal 1 afgevaardigde die de workshop bijwoont												
Begroting	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Externe kosten</th> <th>Uren intern</th> </tr> <tr> <th></th> <th>Minimaal</th> <th>Maximaal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Vorbereiding</td> <td></td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>Workshops</td> <td></td> <td>50</td> </tr> </tbody> </table>		Externe kosten	Uren intern		Minimaal	Maximaal	Vorbereiding		50	Workshops		50
	Externe kosten	Uren intern											
	Minimaal	Maximaal											
Vorbereiding		50											
Workshops		50											
Taken/ verantw. contactpersonen	<ul style="list-style-type: none"> - Bijwonen bijeenkomsten - Verspreiden informatie binnen provincie/ betaalorgaan 												

4. Informatiemateriaal: Folder/internet : Algemene informatie POP-2

Activiteit	Het Regiebureau brengt schriftelijk informatiemateriaal uit (folder/brochure) met algemene informatie over POP-2. Deze folder zal zowel in Nederlandstalige als Engelstalige versie beschikbaar zijn. Daarnaast levert het Regiebureau digitale teksten (algemene informatie over POP-2 etc) voor internetpagina's van provincies en betaalorgaan 9 (zie bijlage 5) .																													
Fase																														
Jaar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015																			
Uitvoering activiteit		X	X																											
Doelstelling	Kennis doelgroep weet wat POP-2 is, kan in folder/brochure lezen welke taak/rol men heeft: wordt geïnformeerd op hoofdlijnen																													
Doelgroep	Primaire doelgroep: - Maatschappelijk veld, (semi) overheden, belangengroepen - POP- coördinatoren, vertegenwoordigers LNV betaalorgaan - Bestuurders en politici Rijk en provincies - Potentiële eindbegunstigden																													
Verantwoordelijk	Regiebureau POP																													
Indicator	Aantal folders dat is verstrekt aan primaire doelgroep																													
Streefwaarde	Oplage 2500 stuks (2200 Nederlandstalig, 300 Engelstalig)																													
Begroting	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">Externe kosten</th> <th>Uren intern</th> </tr> <tr> <th>Minimaal</th> <th>Maximaal</th> <th>totaal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Drukkosten (Incl. redactie vormgeving)</td> <td style="text-align: center;">25.000</td> <td style="text-align: center;">35.000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Vorbereiding</td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">200</td> </tr> <tr> <td>Verzending</td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">20</td> </tr> </tbody> </table>												Externe kosten		Uren intern	Minimaal	Maximaal	totaal	Drukkosten (Incl. redactie vormgeving)	25.000	35.000		Vorbereiding			200	Verzending			20
	Externe kosten		Uren intern																											
	Minimaal	Maximaal	totaal																											
Drukkosten (Incl. redactie vormgeving)	25.000	35.000																												
Vorbereiding			200																											
Verzending			20																											
Taken/verantw. contactpersonen	- Verspreiding folder - Plaatsing informatie op internetsite																													

5. Informatiemateriaal: Folder/internet: Informatie op maatregelniveau

Activiteit	<p>Communicatie op maatregelniveau valt onder de verantwoordelijkheid van de provincies (loketten) en het LNV-loket. LNV en provincies ontwikkelen digitaal en schriftelijk informatiemateriaal op maatregelniveau.</p> <p>Het is door de EU toegestaan POP te integreren in de (lopende) communicatietrajecten van het ILG/ PMJP en het LNV-loket (huisstijl), mits de POP-doelen herkenbaar blijven. Informatiemateriaal voor het POP dient dus in nauwe samenwerking met de communicatiemedewerkers van het ILG/PMJP en het LNV-loket ontwikkeld te worden.</p> <p>In bijlage 5 worden deze voorschriften nader uitgewerkt.</p>
-------------------	--

Fase

Jaar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Uitvoering activiteit		X	X	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)		

(X) tussentijdse aanpassingen van informatiemateriaal

Doelstelling	<p>Kennis doelgroep weet wat POP-2 is, kan in folder/brochure lezen welke taak/rol men heeft: wordt geïnformeerd op hoofdlijnen</p> <p>Gedrag doelgroep kan actief gebruik maken van POP of anderen hiertoe aanzetten (pm)</p>
Doelgroep	<p>Primaire doelgroep:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maatschappelijk veld, (semi) overheden, belangengroepen - Potentiële eindbegunstigden
Verantwoordelijk	Provinciale POP-coördinatoren voor prv loketten, DR voor LNV-loket
Indicator	Digitaal en schriftelijk informatiemateriaal op maatregelniveau beschikbaar
Streefwaarde	<p>Via 12 provinciale loketten en LNV-loket:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Digitale en schriftelijke informatie over maatregelen (inhoud en voorwaarden) beschikbaar
Begroting	Kosten voor rekening provincies/ LNV-betaalorgaan
Taken/verantw. contactpersonen	<ul style="list-style-type: none"> - Productie folder/brochure - Plaatsing informatie op internetsite

6. Website Regiebureau POP

Activiteit	<p>Op de website van het Regiebureau POP (www.regiebureau-pop.nl) wordt alle relevante informatie over het plattelandsontwikkelingsprogramma geplaatst en up-to-date gehouden.</p> <p>Men heeft via deze site toegang tot o.a. de Brusselse verordeningen, de NPS, het Programmadocument POP-2 en relevante contactadressen. De site biedt mogelijkheid tot het stellen van vragen en geeft relevante links naar EU, provinciale en LNV loketten. Ook de schriftelijke consultatie van de NPS en het Programmadocument POP-2 en vinden via de website plaats.</p> <p>Een deel van de site is <u>beperkt toegankelijk</u> voor direct betrokkenen van provincies en LNV (toegang via password). Deze beperkte groep heeft o.a. toegang tot agenda's van vergaderingen, interne stukken en nog niet vrijgegeven documenten.</p>															
Fase																
Jaar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015					
Uitvoering activiteit	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X					
Doelstelling	<p>Kennis doelgroep weet wat POP-2 is, kan op website lezen welke rol/taak en heeft en kan zich breed informeren over POP-2</p> <p>Houding doelgroep vindt het belangrijk om betrokken te zijn en houdt de informatie op de website bij</p>															
Doelgroep	<p>Primaire doelgroep:</p> <ul style="list-style-type: none"> - POP- coördinatoren, vertegenwoordigers LNV betaalorgaan - Maatschappelijk veld, (semi) overheden, belangengroepen - Potentiële eindbegunstigden 															
Verantwoordelijk	Regiebureau POP															
Indicator	Aantal unieke bezoekers dat jaarlijks site www.regiebureau-pop.nl bezoekt															
Streefwaarde	1500 unieke bezoekers per jaar															
Begroting	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2" style="text-align: center;">Externe kosten</th> <th style="text-align: center;">Uren intern</th> </tr> <tr> <th style="text-align: center;">Minimaal</th> <th style="text-align: center;">Maximaal</th> <th style="text-align: center;">totaal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Website aanpassen</td> <td style="text-align: center;">2000</td> <td style="text-align: center;">3000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Website bijwerken uren totaal</td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">1680 (20/mnd)</td> </tr> </tbody> </table>		Externe kosten		Uren intern	Minimaal	Maximaal	totaal	Website aanpassen	2000	3000		Website bijwerken uren totaal			1680 (20/mnd)
	Externe kosten		Uren intern													
	Minimaal	Maximaal	totaal													
Website aanpassen	2000	3000														
Website bijwerken uren totaal			1680 (20/mnd)													
Taken/verantw. contactpersonen	Inloggegevens voor beperkte toegang bij Regiebureau aanvragen															

7. Digitale Nieuwsbrief POP-2

Activiteit	<p>Het Regiebureau lanceert begin 2007 een digitale nieuwsbrief voor de primaire doelgroep met daarin de meest recente ontwikkelingen en praktische informatie over het POP programma. Deze nieuwsbrief wordt in principe tweemaandelijks uitgebracht.</p> <p>De input zal deels en desgevraagd geleverd worden door de betrokken uitvoerende partijen (Rijk en provincies).</p> <p>De nieuwsbrief wordt gekoppeld aan de website www.regiebureau-pop.nl waar alwaar men zich ook kan aanmelden voor de digitale nieuwsbrief.</p>																									
Fase																										
Jaar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015															
Uitvoering activiteit			X	X	X	X	X	X	X	(X)	(X)															
Doelstelling	<p>Kennis doelgroep weet wat POP-2 is, wordt via nieuwsbrief geïnformeerd over lopende zaken POP-2</p> <p>Houding doelgroep vindt het belangrijk betrokken te zijn bij POP-2, abonneert zich op nieuwsbrief en houdt ontwikkelingen bij</p> <p>Gedrag doelgroep onderneemt zondig actie nav informatie uit nieuwsbrief</p>																									
Doelgroep	<p>Primaire doelgroep</p> <ul style="list-style-type: none"> - POP- coördinatoren, vertegenwoordigers LNV betaalorgaan - Maatschappelijk veld, (semi) overheden, belangengroepen 																									
Verantwoordelijk	Regiebureau POP																									
Indicator	Aantal digitale abonnees																									
Streefwaarde	300 abonnees op 1 januari 2008, elk jaar minimaal 10 % groei.																									
Begroting	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">Externe kosten</th> <th>Uren intern</th> </tr> <tr> <th>Minimaal</th> <th>Maximaal</th> <th>totaal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ontwikkelen nieuwsbrief</td> <td style="text-align: center;">2000</td> <td style="text-align: center;">3000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Invulling nieuwsbrief uren totaal</td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">1050 (25/uitgave)</td> </tr> </tbody> </table>												Externe kosten		Uren intern	Minimaal	Maximaal	totaal	Ontwikkelen nieuwsbrief	2000	3000		Invulling nieuwsbrief uren totaal			1050 (25/uitgave)
	Externe kosten		Uren intern																							
	Minimaal	Maximaal	totaal																							
Ontwikkelen nieuwsbrief	2000	3000																								
Invulling nieuwsbrief uren totaal			1050 (25/uitgave)																							
Taken/verantw. contactpersonen	<ul style="list-style-type: none"> - Incidentele bijdrage door contactpersonen - Bekendmaking nieuwsbrief binnen eigen organisatie 																									

8. Stand- inrichting

Activiteit	<p>Het Regiebureau stelt een pakket samen bestemd voor de inrichting van een informatiestand daarin o.a.</p> <ul style="list-style-type: none"> - EU-vlag (evt. banner) - Informatiefolders algemeen POP-2 - Gadgets (pennen/ stickers) <p>Provincies en Rijk kunnen dit informatiepakket opvragen bij het Regiebureau (waarbij vlag/ banner retour) voor gebruik bij regionale/ decentrale voorlichtingsactiviteiten.</p>
-------------------	---

Fase

Jaar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Uitvoering activiteit			X	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)	(X)		

Toelichting:

Het informatiemateriaal wordt vlak na start programma ontwikkeld en is gedurende de gehele periode aan te vragen bij Regiebureau.

Doelstelling	Kennis: Faciliteit bieden aan Rijk en provincies om POP decentraal breed bekend te maken.												
Doelgroep	Primaire doelgroep - POP- coördinatoren, vertegenwoordigers LNV betaalorgaan												
Verantwoordelijk	Regiebureau POP												
Indicator	nvt												
Streefwaarde	nvt												
Begroting	<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th></th> <th colspan="2">Externe kosten</th> <th>Uren intern</th> </tr> <tr> <th></th> <th>Minimaal</th> <th>Maximaal</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Promotiemateriaal (gadgets)</td> <td style="text-align: center;">3000</td> <td style="text-align: center;">5000</td> <td style="text-align: center;">100</td> </tr> </tbody> </table>		Externe kosten		Uren intern		Minimaal	Maximaal		Promotiemateriaal (gadgets)	3000	5000	100
	Externe kosten		Uren intern										
	Minimaal	Maximaal											
Promotiemateriaal (gadgets)	3000	5000	100										
Taken/verantw. contactpersonen	-(optioneel) Aanvragen van standinrichting bij Regiebureau POP												

9. Verkiezing POP- project van het jaar

Activiteit	<p>Het Regiebureau POP organiseert een tweejaarlijkse verkiezing "POP-project van het jaar" Nominatie van projecten vindt plaats door POP-coördinatoren en vertegenwoordigers van LNV- betaalorgaan. De jury bestaat uit afvaardiging hiervan. Er worden flyers (of ander informatiemateriaal) ontwikkeld om bekendheid aan de verkiezing te geven. Voor eind december (eerste keer 2008) wordt POP project genomineerd. Beste project wordt feestelijk onderscheiden en ontvangt plaquette (persaandacht!). Project dingt mee naar plaatsing in brochure die na sluiting POP-periode wordt uitgebracht (2014).</p>																																						
Fase	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 10%;">Jaar</td> <td style="background-color: #ffff00;">2005</td> <td style="background-color: #ffff00;">2006</td> <td style="background-color: #ffff00;">2007</td> <td style="background-color: #ffff00;">2008</td> <td style="background-color: #ffff00;">2009</td> <td style="background-color: #ffff00;">2010</td> <td style="background-color: #ffff00;">2011</td> <td style="background-color: #ffff00;">2012</td> <td style="background-color: #ffff00;">2013</td> <td style="background-color: #ffff00;">2014</td> <td style="background-color: #ffff00;">2015</td> </tr> <tr> <td>Uitvoering activiteit</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>												Jaar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Uitvoering activiteit				X		X		X						
Jaar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015																												
Uitvoering activiteit				X		X		X																															
Doelstelling	<p>Kennis Door de verkiezing komt er brede aandacht (pers/media) voor POP wat de bekendheid van POP vergroot. Houding Verkiezing stimuleert eindbegunstigden om met project te scoren. Gedrag POP-projecten worden op positieve manier uitgelicht en hebben zodoende voorbeeldfunctie; verkiezing kan vliegwiel zijn voor andere potentiële eindbegunstigden.</p>																																						
Doelgroep	<p>Primaire doelgroep: - Potentiële eindbegunstigden (media/persaandacht: secundaire doelgroep (burger))</p>																																						
Verantwoordelijk	Regiebureau POP																																						
Indicator	Aantal genomineerde projecten per verkiezingsjaar																																						
Streefwaarde	Minimaal 13 genomineerde projecten per jaar (alle prv's & LNV-betaalorgaan)																																						
Begroting	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">Externe kosten</th> <th>Uren intern</th> </tr> <tr> <th>Minimaal</th> <th>Maximaal</th> <th>totaal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Informatiemateriaal: -ontwerp -druk - verspreiding (2000 stuks)</td> <td>45.000 (3x 15.000)</td> <td>60.000 (3x 20.000)</td> <td>120 (3x40)</td> </tr> <tr> <td>Prijs: plaquette (3 x)</td> <td>3000 (3x 1000)</td> <td>6000(3x2000)</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>Ontwikkelen informatiemateriaal -reglement</td> <td></td> <td></td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>Bijeenkomsten jury</td> <td></td> <td></td> <td>60 (3x20)</td> </tr> <tr> <td>Uitreiking - voorbereiden - pers</td> <td></td> <td></td> <td>30 (3x10)</td> </tr> </tbody> </table>													Externe kosten		Uren intern	Minimaal	Maximaal	totaal	Informatiemateriaal: -ontwerp -druk - verspreiding (2000 stuks)	45.000 (3x 15.000)	60.000 (3x 20.000)	120 (3x40)	Prijs: plaquette (3 x)	3000 (3x 1000)	6000(3x2000)	20	Ontwikkelen informatiemateriaal -reglement			40	Bijeenkomsten jury			60 (3x20)	Uitreiking - voorbereiden - pers			30 (3x10)
	Externe kosten		Uren intern																																				
	Minimaal	Maximaal	totaal																																				
Informatiemateriaal: -ontwerp -druk - verspreiding (2000 stuks)	45.000 (3x 15.000)	60.000 (3x 20.000)	120 (3x40)																																				
Prijs: plaquette (3 x)	3000 (3x 1000)	6000(3x2000)	20																																				
Ontwikkelen informatiemateriaal -reglement			40																																				
Bijeenkomsten jury			60 (3x20)																																				
Uitreiking - voorbereiden - pers			30 (3x10)																																				
Taken/verantw. contactpersonen	<p>- Tweejaarlijkse voordracht van POP-projecten - (evt) Bijdrage juryrapport</p>																																						

10. Brochure resultaten POP-2

Activiteit	Uitgave brochure met daarin x-aantal (ongeveer 15) succesvolle projecten die representatief zijn voor het POP-2 programma. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de genomineerden voor de verkiezing 'POP-project van het jaar'. Keuze wordt gemaakt door Regiebureau POP in samenwerking met (aantal) POP-coördinatoren en medewerkers LNV-betalorgaan. Oplage 2200 Nederlandstalige- 500 Engelstalige brochures. De brochure is bestemd voor alle direct betrokkenen uit de primaire doelgroep.																													
Fase																														
Jaar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015																			
Uitvoering activiteit									X	X																				
Doelstelling	Kennis Het doel van de brochure is bekendheid te geven de resultaten van het POP programma.																													
Doelgroep	Primaire doelgroep - POP- coördinatoren, vertegenwoordigers LNV betaalorgaan - Maatschappelijk veld, (semi) overheden, belangengroepen - Betrokken bestuurders en politici Rijk en provincies																													
Verantwoordelijk	Regiebureau POP																													
Indicator	Aantal brochures dat is verspreid onder doelgroep																													
Streefwaarde	Minimale verspreiding van 2000																													
Begroting	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">Externe kosten</th> <th>Uren intern</th> </tr> <tr> <th>Minimaal</th> <th>Maximaal</th> <th>totaal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Productie brochure Inclusief redactie/vormgeving</td> <td style="text-align: center;">25.000</td> <td style="text-align: center;">35.000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Voorbereiding</td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">200</td> </tr> <tr> <td>Verzending</td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">20</td> </tr> </tbody> </table>												Externe kosten		Uren intern	Minimaal	Maximaal	totaal	Productie brochure Inclusief redactie/vormgeving	25.000	35.000		Voorbereiding			200	Verzending			20
	Externe kosten		Uren intern																											
	Minimaal	Maximaal	totaal																											
Productie brochure Inclusief redactie/vormgeving	25.000	35.000																												
Voorbereiding			200																											
Verzending			20																											
Taken/verantw. contactpersonen	<ul style="list-style-type: none"> - Bijdragen aan keuze projecten - Decentrale verspreiding brochures 																													

A. Media/ persbenadering landelijke/lokale pers

Activiteit	<p>Centraal en decentraal betrekken van media/ pers bij belangrijke gebeurtenissen gedurende POP-2-periode. Te denken valt aan persaandacht bij start, tussenresultaat en/of einde van een POP- project of bijzondere samenwerkingsverbanden, doelgroepen, en uitvoerders (bv.zorgboerderijen).</p> <p>Centraal: landelijke pers/ media wordt benaderd door LNV Directie Voorlichting (in samenwerking met Dienst Regelingen en Regiebureau POP) voor landelijke gebeurtenissen en/of ondernemersgerichte maatregelen die via het LNV-loket lopen.</p> <p>Decentraal: Lokale en regionale pers wordt benaderd voor gebiedsgerichte maatregelen die via de provinciale programma's lopen. Van persberichten met betrekking tot POP wordt decentraal een archief bijgehouden.</p>																						
Fase																							
Jaar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015												
Uitvoering activiteit		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X												
Doelstelling	<p>Kennis Doelgroep informeren over het POP programma Houding Doelgroep vindt het belangrijk dat EU, Rijk en provincies plattelandsontwikkeling ondersteunen</p>																						
Doelgroep	<p>Secundaire doelgroep: -Burger (brede publiek)</p>																						
Verantwoordelijk	<p>Centraal: Directie Voorlichting LNV (ism RBPOP en DR) Decentraal: POP- coördinatoren (delegeren naar Voorlichtingsafdelingen provincies)</p>																						
Indicator	<p>Totaal aantal geplaatste persberichten met daarin aandacht voor POP</p>																						
Streefwaarde	<p>Minimaal 5 persberichten per jaar (totaal)</p>																						
Begroting	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th></th> <th colspan="2" style="text-align: center;">Externe kosten</th> <th style="text-align: center;">Uren intern</th> </tr> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">Minimaal</th> <th style="text-align: center;">Maximaal</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Redactie (meeschrijven) persberichten</td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">100</td> </tr> </tbody> </table>												Externe kosten		Uren intern		Minimaal	Maximaal		Redactie (meeschrijven) persberichten			100
	Externe kosten		Uren intern																				
	Minimaal	Maximaal																					
Redactie (meeschrijven) persberichten			100																				
Taken/verantw. contactpersonen	<p>- POP-coördinatoren (laten) benaderen lokale/ regionale media/ pers bij bijzondere POP-2-aangelegenheden</p>																						

B. Informatieborden bij projecten

Activiteit	<p>Bij alle fysieke POP-projecten wordt een informatieplaquette of informatiebord geplaatst waaruit blijkt dat het project mogelijk wordt gemaakt dankzij EU-subsidie. Dit is verplicht gesteld vanuit Brussel (uitvoeringsverordening bijlage 6, artikel 2.2).</p> <p>Vereiste voor het plaatsen van een informatieplaquette: Wanneer een concrete actie in het kader van het programma voor plattelandsontwikkeling leidt tot een investering (bijvoorbeeld in een landbouw- of voedingsmiddelenbedrijf) waarvan de totale kosten meer dan 50.000 euro bedragen, brengt de begunstigde een informatieplaquette aan conform EU-voorschriften. Ook bij de lokalen (gebouwen) van een in het kader van as 4 gefinancierde plaatselijke groep wordt een informatieplaquette aangebracht.</p> <p>Vereiste voor het plaatsen van een informatiebord: Bij infrastructurele voorzieningen waarvan de totale kosten meer dan 500.000 euro bedragen, wordt een informatiebord opgericht. Dit bord is ten minste verplicht tijdens de realisatiefase van het project. Begunstigde kan er na de realisatie van het project voor kiezen om het bord vijf jaar te laten staan (en te onderhouden), of het bord te vervangen door een informatieplaquette conform EU-voorschriften.</p> <p>Op de informatieborden en informatieplaquettes komen een beschrijving van het project/de concrete actie en de in artikel 3.1 (uitv.vo/ bijlage VI) genoemde elementen voor. Die elementen beslaan ten minste 25% van het oppervlak van het informatiebord of de informatieplaquette.</p> <p>De POP-coördinatoren van de provincies en de vertegenwoordigers van LNV-betalorgaan zijn verantwoordelijk voor het bekend maken van deze verplichtingen (zie bijlage 5 communicatieplan).</p>																								
Fase	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Jaar</th> <th>2005</th> <th>2006</th> <th>2007</th> <th>2008</th> <th>2009</th> <th>2010</th> <th>2011</th> <th>2012</th> <th>2013</th> <th>2014</th> <th>2015</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Uitvoering activiteit</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td>X</td> <td>X</td> <td>X</td> <td>X</td> <td>X</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Jaar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Uitvoering activiteit			X	X	X	X	X	X	X		
Jaar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015														
Uitvoering activiteit			X	X	X	X	X	X	X																
Doelstelling	<p>Kennis Doelgroep informeren over het POP programma Houding Doelgroep vindt het belangrijk dat EU, Rijk en provincies plattelandsontwikkeling ondersteunen</p>																								
Doelgroep	<p>Secundaire doelgroep -burger (brede publiek)</p>																								
Verantwoordelijk	<p>Prv loket: POP-coördinatoren van provincies LNV loket :Vertegenwoordigers van LNV-betalorgaan</p>																								
Indicator	<p>Nvt</p>																								
Streefwaarde	<p>Nvt</p>																								
Begroting	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th colspan="2">Externe kosten</th> <th>Uren intern</th> </tr> <tr> <th></th> <th>Minimaal</th> <th>Maximaal</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Productie cdroms</td> <td>10.000</td> <td>15.000</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>		Externe kosten		Uren intern		Minimaal	Maximaal		Productie cdroms	10.000	15.000	100												
	Externe kosten		Uren intern																						
	Minimaal	Maximaal																							
Productie cdroms	10.000	15.000	100																						
Taken/verantw. contactpersonen	<ul style="list-style-type: none"> - Opnemen verplichtingen in o.a. subsidievoorwaarden (zie bijlage 5 communicatieplan) - Informatie (logo, slogan voorwaarden) zijn downloadbaar en op CDrom 33 beschikbaar 																								

C. Regionale TV

Activiteit	Om POP bij het brede publiek bekend te maken worden alle regionale (provinciale) tv zenders benaderd voor een uitzending over plattelandsontwikkeling waarbij (ook) aandacht wordt besteed aan POP.										
Fase											
Jaar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Uitvoering activiteit			X	X	X	X	X	X	X	X	X
Doelstelling	Kennis Doelgroep informeren over het POP programma Houding doelgroep wordt via tv uitzendingen op hoogte gebracht van POP en is zich bewust van invloed EU op NL platteland										
Doelgroep	Secundaire doelgroep -burger (brede publiek)										
Verantwoordelijk	POP- coördinatoren provincies										
Indicator	Aantal tv uitzendingen met aandacht voor POP										
Streefwaarde	Elke regionale tv zender zendt minimaal 1 uitzending over plattelandsontwikkeling uit voor 31 dec. 2013										
Begroting	Nvt (eventuele kosten voor Provincies)										
Taken/verantw. contactpersonen	- Contact leggen met regionale tv over mogelijkheden uitzending mbt POP-project										

Bijlage 3 Brusselse voorschriften

Deze voorschriften zijn verwerkt in het communicatieplan.

Bepalingen uit verordening (EG) nr. 1698/2005 inzake plattelandsontwikkeling

HOOFDSTUK II, VOORLICHTING EN PUBLICITEIT

Artikel 76

Voorlichting en publiciteit

1. De lidstaten dragen zorg voor de voorlichting en de publiciteit met betrekking tot de nationale strategische plannen, de programma's voor plattelandsontwikkeling en de bijdrage van de Gemeenschap.

Die voorlichting is gericht op het grote publiek. Zij heeft tot doel de rol van de Gemeenschap onder de aandacht te brengen en de bijstand van het ELFPO doorzichtig te maken.

2. De beheersautoriteit van het programma is als volgt verantwoordelijk voor de publiciteit over het programma:

- a) zij informeert de potentiële begunstigen, de beroepsorganisaties, de economische en sociale partners, de organisaties voor de bevordering van gelijke kansen voor mannen en vrouwen en de betrokken niet-gouvernementele organisaties, waaronder milieuorganisaties, over de door het programma geboden mogelijkheden en over de regels voor toegang tot financiering in het kader van het programma;
- b) zij informeert de begunstigen over de communautaire bijdrage;
- c) zij informeert het grote publiek over de rol die de Gemeenschap in de programma's speelt, en over de resultaten van de programma's.

Bepalingen uitvoeringsverordening behorend bij verordening (EG) nr 1698/2005

VOORLICHTING EN PUBLICITEIT

Artikel 58

1. Het programma voor plattelandsontwikkeling bevat een communicatieplan waarin het volgende is opgenomen:

- (a) de doeleinden en de doelgroepen;
- (b) inhoud en strategie van de communicatie en voorlichtingsmaatregelen, waarbij wordt aangegeven welke maatregelen moeten worden genomen;
- (c) de indicatieve begroting voor het communicatieplan;
- (d) de administratieve diensten of instanties die worden belast met de uitvoering van het communicatieplan;
- (e) de criteria die moeten worden gebruikt om de impact van de voorlichtings- en publiciteitsmaatregelen te evalueren uit het oogpunt van de doorzichtigheid en de bekendheid met de programma's voor plattelandsontwikkeling en met de rol die de Gemeenschap speelt.

2. Het voor voorlichting en publiciteit bestemde bedrag kan deel uitmaken van de component technische bijstand van het programma voor plattelandsontwikkeling.

3. Nadere bepalingen over de voorlichting en publiciteit worden vastgesteld in bijlage VI.

BIJLAGE VI
VOORLICHTING EN PUBLICITEIT OVER DE STEUN UIT HET ELFPO (ZOALS BEDOELD IN
ARTIKEL 58, LID 3)

1. Voorlichtingsmaatregelen gericht op potentiële begunstigden en op begunstigden

1.1. Voorlichtingsmaatregelen gericht op potentiële begunstigden

Met het oog op doorzichtigheid verspreidt de beheersautoriteit zo volledig mogelijke informatie over de financieringsmogelijkheden die worden geboden door de gezamenlijke steun van de Gemeenschap en de lidstaat in het kader van het programma voor plattelandsontwikkeling. Daartoe zorgt de beheersautoriteit ervoor dat het programma voor plattelandsontwikkeling, inclusief bijzonderheden over de financiële bijdragen uit het ELFPO, op ruime schaal bekend wordt gemaakt en wordt bezorgd aan alle belangstellenden die erom verzoeken. De beheersautoriteit verstrekt potentiële begunstigden duidelijke, gedetailleerde en actuele informatie met betrekking tot:

- (a) de administratieve procedures die moeten worden gevolgd om in aanmerking te komen voor financiering in het kader van het programma voor plattelandsontwikkeling;
- (b) de procedures voor het onderzoek van financieringsaanvragen;
- (c) de subsidiabiliteitsvoorwaarden en/of de criteria voor de selectie van de te financieren projecten en voor de evaluatie ervan;
- (d) de personen of contactpunten op nationaal, regionaal of plaatselijk niveau bij wie of waar uitleg kan worden verkregen over de wijze waarop het programma voor plattelandsontwikkeling functioneert, en over de criteria voor de selectie en de evaluatie van concrete acties.

De beheersautoriteit zorgt ervoor dat bij de op potentiële begunstigden gerichte voorlichtingsmaatregelen instanties worden betrokken die als doorgeefluik kunnen fungeren, en met name:

- (a) plaatselijke en regionale overheden;
- (b) beroepsorganisaties;
- (c) economische en sociale partners;
- (d) niet-gouvernementele organisaties, in het bijzonder organisaties die de gelijkheid van mannen en vrouwen bevorderen, en milieubeschermingsorganisaties;
- (e) informatiecentra over Europa;
- (f) de vertegenwoordiging van de Commissie in de lidstaat.

De beheersautoriteit informeert potentiële begunstigden over de in punt 2.1 voorgeschreven bekendmaking.

1.2. Voorlichtingsmaatregelen gericht op begunstigden

De beheersautoriteit zorgt ervoor dat de begunstigden in de kennisgeving van de toekenning van de steun wordt meegedeeld dat de actie wordt gefinancierd in het kader van een door het ELFPO medegefinancierd programma voor plattelandsontwikkeling en om welke prioritaire as van dat programma het gaat.

2. Voorlichtings- en publiciteitsmaatregelen gericht op het grote publiek

De beheersautoriteit van het programma voor plattelandsontwikkeling en de begunstigden doen al het nodige om in overeenstemming met deze verordening te zorgen voor op het grote publiek gerichte voorlichting en publiciteit met betrekking tot de maatregelen die in het kader van het programma voor plattelandsontwikkeling worden gefinancierd.

2.1. Verantwoordelijkheden van de beheersautoriteit

De beheersautoriteit informeert het grote publiek over de goedkeuring van het programma voor plattelandontwikkeling door de Commissie, over de bijwerkingen van het programma, over de belangrijkste resultaten die bij de uitvoering van het programma worden geboekt, en over de afsluiting van het programma.

Vanaf 2008 wordt door de beheersautoriteit ten minste jaarlijks, elektronisch of anderszins, bekendgemaakt een lijst van de begunstigen die steun ontvangen in het kader van het programma voor plattelandontwikkeling, de namen van de betrokken concrete acties en de voor die acties toegekende bedragen aan overheidssteun.

De voorlichtingsmaatregelen worden door de beheersautoriteit uitgevoerd met gebruikmaking van alle media op het passende territoriale niveau. Zij omvatten onder meer communicatiecampagnes, publicaties op papier en in elektronische vorm en het gebruik van enig ander als geschikt beschouwd medium.

Van de maatregelen om het grote publiek voor te lichten maken de in punt 3.1 genoemde elementen deel uit.

2.2. Verantwoordelijkheden van de begunstigen

Wanneer een concrete actie in het kader van het programma voor plattelandontwikkeling leidt tot een investering (bv. in een landbouw- of voedingsmiddelenbedrijf) waarvan de totale kosten meer dan 50.000 EUR bedragen, brengt de begunstigde een informatieplaquette aan.

Bij infrastructuurvoorzieningen waarvan de totale kosten meer dan 500.000 EUR bedragen, wordt een informatiebord opgericht.

Ook bij de lokalen van een in het kader van as 4 gefinancierde plaatselijke groep wordt een informatieplaquette aangebracht.

Op de informatieborden en informatieplaquettes komen een beschrijving van het project/de concrete actie en de in punt 3.1 genoemde elementen voor. Die elementen beslaan ten minste 25% van het oppervlak van het informatiebord of de informatieplaquette.

3. Technische kenmerken van voorlichtings- en publiciteitsacties

3.1. Slagzin en logo

Van elke voorlichtings- en publiciteitsactie maken de volgende elementen deel uit: De Europese vlag volgens de in punt 4 vermelde grafische normen samen met de volgende tekst om de rol van de Gemeenschap uit te leggen:

"Europees Landbouwfonds voor Plattelandontwikkeling: Europa investeert in zijn platteland".

Voor in het kader van de as Leader gefinancierde acties en maatregelen, tevens het Leader-logo.

3.2. Voorlichtings- en communicatiemateriaal

Op de titelpagina van publicaties (zoals brochures, folders en nieuwsbrieven) en op aanplakbiljetten over maatregelen en acties die worden medegefinancierd door het ELFPO, moet de deelneming door de Gemeenschap duidelijk zijn vermeld en moet het embleem van de Gemeenschap zijn aangebracht als ook het nationale of regionale embleem is gebruikt.

Publicaties moeten verwijzingen bevatten naar de instantie die verantwoordelijk is voor de informatie-inhoud, en naar de beheersautoriteit die is aangewezen voor de uitvoering van het betrokken programma.

Voor informatie die beschikbaar wordt gesteld met elektronische middelen (websites, databases voor potentiële begunstigen) of in de vorm van audiovisueel materiaal, is het eerste streepje van overeenkomstige toepassing. Bij de opstelling van het communicatieplan moet terdege aandacht worden geschonken aan nieuwe technologieën die een snelle en doelmatige verspreiding van informatie mogelijk maken en een dialoog met het grote publiek vergemakkelijken.

Websites over het ELFPO moeten:

- ten minste op de thuispagina melding maken van de bijdrage van het ELFPO;

- een hyperlink naar de website over het ELFPO van de Commissie bevatten.

4. Grondregels voor de opbouw van het embleem en aanwijzingen voor de genormaliseerde kleuren

4.1. Europese vlag

Symboolbeschrijving

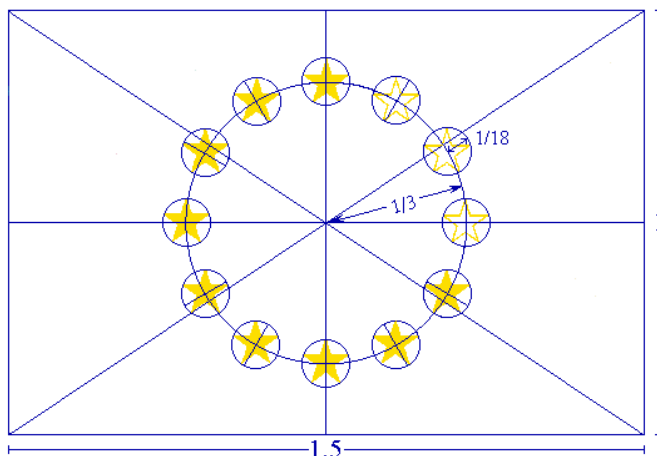
Tegen een azuurblauwe achtergrond vormen twaalf gouden sterren een cirkel, die de eenheid van de Europese volkeren voorstelt. Het aantal sterren is onveranderlijk vastgesteld op 12, omdat dit getal het symbool is van volmaaktheid en volledigheid.

Bij projecten die worden gefinancierd uit het ELFPO, moet onder de Europese vlag de naam van dit Fonds staan.

Heraldische beschrijving

Een cirkel van twaalf vijfpuntige gouden sterren, waarvan de punten elkaar niet raken, tegen een azuurblauwe achtergrond.

Geometrische beschrijving



PANTONE REFLEX BLUE



PANTONE YELLOW



Het embleem heeft de vorm van een rechthoek waarvan de lange zijde gelijk is aan anderhalve keer de korte zijde (verhouding 3:2). Twaalf gouden sterren, op regelmatige afstanden geplaatst, vormen een onzichtbare cirkel waarvan het middelpunt op het snijpunt van de diagonalen van de rechthoek ligt. De straal van de cirkel is gelijk aan een derde van de korte zijde van de rechthoek. Elk van de vijfpuntige sterren is in een onzichtbare cirkel gevat, waarvan de straal gelijk is aan 1/18e van de korte zijde van de rechthoek. Alle sterren zijn verticaal geplaatst, d.w.z. dat één punt naar boven is gericht en de twee onderste punten op een onzichtbare lijn rusten die loodrecht op de korte zijde van de rechthoek staat. De sterren bevinden zich op de cirkel zoals de cijfers op de wijzerplaat van een horloge. Het aantal sterren blijft onveranderlijk.

Kleurenregel

Het embleem is samengesteld uit de volgende kleuren:

PANTONE REFLEX BLUE voor het oppervlak van de rechthoek en **PANTONE YELLOW** voor de sterren. Het internationale kleurensysteem van **PANTONE** is overal beschikbaar en gemakkelijk te gebruiken door niet-professionals.

Vierkleurendruk:

Een combinatie van de twee standaardkleuren van de vierkleurendruk is niet mogelijk. De vereiste kleuren moeten op basis van de vier beschikbare kleuren worden aangemaakt. Voor

PANTONE YELLOW kan 100% "Process Yellow" worden gebruikt. Door 100% "Process Cyan" te mengen met 80% "Process Magenta" wordt een blauwe kleur verkregen die **PANTONE REFLEX BLUE** zeer dicht benadert.

Internet

PANTONE REFLEX BLUE komt in het webpalet overeen met de kleur RGB:0/0/153 (hexadecimaal: 000099) en **PANTONE YELLOW** met de kleur RGB:255/204/0 (hexadecimaal: FFCC00).

Afdruk in één kleur

Wanneer alleen met zwart kan worden gewerkt, worden zwarte sterren tegen een witte achtergrond in een zwart omliggende rechthoek gezet.



Wanneer geen geel beschikbaar is, maar wel blauw (Reflex Blue uiteraard), worden de sterren in negatief wit op een achtergrond van 100% Reflex Blue geplaatst.



Afdruk op gekleurde achtergrond

Het embleem wordt bij voorkeur tegen een witte achtergrond afgedrukt. Achtergronden met verschillende kleuren of met kleuren die niet bij het blauw passen, moeten worden vermeden. Wanneer een gekleurde achtergrond onvermijdelijk is, moet de rechthoek met een wit kader worden omgeven waarvan de breedte gelijk is aan 1/25e van de korte zijde van de rechthoek.



4.2. Leader-logo



Bijlage 4 Uitwerking Uitvoeringsverordening

artikel Uitvoeringsverordening Bijlage VI: Voorlichting en publiciteit over de steun uit het ELFPO		Verantw.	Middel
Bijlage VI, art 1.1	<p>Voorlichtingsmaatregelen gericht op potentiële begunstigen: De beheersautoriteit verstrekt potentiële begunstigen duidelijke, gedetailleerde en actuele informatie met betrekking tot:</p> <p>a) de administratieve procedures die moeten worden gevolgd om in aanmerking te komen voor financiering in het kader van het programma voor plattelandsontwikkeling; b) de procedures voor het onderzoek van financieringsaanvragen; c) de subsidiabiliteitsvoorwaarden en/of de criteria voor de selectie van de te financieren projecten en voor de evaluatie ervan; d) de personen of contactpunten op nationaal, regionaal of plaatselijk niveau bij wie of waar uitleg kan worden verkregen over de wijze waarop het programma voor plattelandsontwikkeling functioneert, en over de criteria voor de selectie en de evaluatie van concrete acties.</p> <p>De beheersautoriteit zorgt ervoor dat bij de op potentiële begunstigen gerichte voorlichtingsmaatregelen instanties worden betrokken die als doorgeefluik kunnen fungeren, en met name:</p> <p>(a) plaatselijke en regionale overheden; (b) beroepsorganisaties; (c) economische en sociale partners; (d) niet-gouvernementele organisaties, in het bijzonder organisaties die de gelijkheid van mannen en vrouwen bevorderen, en milieubeschermingsorganisaties; (e) informatiecentra over Europa (f) de vertegenwoordiging van de Commissie in de lidstaat.</p> <p>De beheersautoriteit informeert potentiële begunstigen over de in punt 2.1 voorgeschreven bekendmaking.</p>	DR/ Prv's (ism DLG) ⁴	- website - schriftelijk infomateriaal
Bijlage VI, art 1.2	<p>Voorlichtingsmaatregelen gericht op begunstigen: De beheersautoriteit zorgt ervoor dat de begunstigen in de kennisgeving van de toekenning van de steun wordt meegedeeld dat de actie wordt gefinancierd in het kader van een door het ELFPO medegefinancierd programma voor plattelandsontwikkeling en om welke prioritaire as van dat programma het gaat.</p>	DR / Prv's (ism DLG)	-beschikking
Bijlage VI, art 2	<p>Voorlichtings- en publiciteitsmaatregelen gericht op het grote publiek: De beheersautoriteit van het programma voor plattelandsontwikkeling en de begunstigen doen al het nodige om in overeenstemming met deze verordening te zorgen voor op het grote publiek gerichte voorlichting en publiciteit met betrekking tot de maatregelen die in het kader van het programma voor plattelandsontwikkeling worden</p>	Rb-POP	Communicatie Plan POP-2 (div. acties)

⁴ Provincies zijn leidend en verantwoordelijk: DLG zorgt ism Regiebureau POP dat informatie geleverd wordt (zie Bijlage 5 communicatieplan)

artikel Uitvoeringsverordening Bijlage VI: Voorlichting en publiciteit over de steun uit het ELFPO		Verantw.	Middel
	gefinancierd.		
Bijlage VI, art 2.1	<p>Verantwoordelijkheden van de beheersautoriteit</p> <p>De beheersautoriteit informeert het grote publiek over de goedkeuring van het programma voor plattelandsontwikkeling door de Commissie, over de bijwerkingen van het programma, over de belangrijkste resultaten die bij de uitvoering van het programma worden geboekt, en over de afsluiting van het programma.</p> <p>Vanaf 2008 wordt door de beheersautoriteit ten minste jaarlijks, elektronisch of anderszins, bekendgemaakt een lijst van de begunstigen die steun ontvangen in het kader van het programma voor plattelandsontwikkeling, de namen van de betrokken concrete acties en de voor die acties toegekende bedragen aan overheidssteun.</p> <p>De voorlichtingsmaatregelen worden door de beheersautoriteit uitgevoerd met gebruikmaking van alle media op het passende territoriale niveau. Zij omvatten onder meer communicatiecampagnes, publicaties op papier en in elektronische vorm en het gebruik van enig ander als geschikt beschouwd medium.</p> <p>Van de maatregelen om het grote publiek voor te lichten maken de in punt 3.1 genoemde elementen deel uit. (verklaring in aanvraagformulier opnemen).</p>	<p>Rb-POP</p> <p>LNV/JZ</p> <p>DR/ Prv's (ism DLG)</p>	<p>Communicatie Plan POP-2 (div. acties)</p> <p>LNV-website (www.minlnv.nl/publicaties/wob/verzoeken)</p> <p>Als voorwaarde melden op/in:</p> <ul style="list-style-type: none"> - website - schriftelijk infomateriaal - beschikking - aanvraagform
Bijlage VI, art 2.2 ⁴	<p>Verantwoordelijkheden van de begunstigen</p> <p>Wanneer een concrete actie in het kader van het programma voor plattelandsontwikkeling leidt tot een investering (bv. in een landbouw- of voedingsmiddelenbedrijf) waarvan de totale kosten meer dan 50.000 EUR bedragen, brengt de begunstigde een informatieplaquette aan. Bij infrastructuurvoorzieningen waarvan de totale kosten meer dan 500.000 EUR bedragen, wordt een informatiebord opgericht.</p> <p>Ook bij de lokalen (gebouwen) van een in het kader van as 4 gefinancierde plaatselijke groep wordt een informatieplaquette aangebracht.</p> <p>Op de informatieborden en informatieplaquettes komen een beschrijving van het project/de concrete actie en de in punt 3.1 genoemde elementen voor. Die elementen beslaan ten minste 25% van het oppervlak van het informatiebord of de informatieplaquette.</p>	<p>DR/ Prv's (ism DLG)</p> <p>Rb-POP</p>	<p>Als voorwaarde melden op/in:</p> <ul style="list-style-type: none"> - website - schriftelijk infomateriaal - beschikking <p>- Voorschriften op cdrom</p>

artikel Uitvoeringsverordening Bijlage VI: Voorlichting en publiciteit over de steun uit het ELFPO		Verantw.	Middel
Bijlage VI, art 3.1	<p>Technische kenmerken van voorlichtings- en publiciteitsacties</p> <p>Slagzin en logo Van elke voorlichtings- en publiciteitsactie maken de volgende elementen deel uit:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De Europese vlag volgens de in artikel 4 vermelde grafische normen samen met de volgende tekst om de rol van de Gemeenschap uit te leggen: "Europees Landbouwfonds voor Plattelandsontwikkeling: Europa investeert in zijn platteland". - Voor in het kader van de as Leader gefinancierde acties en maatregelen, tevens het Leader-logo. 	DR/ Prv's (ism DLG) Rb-POP	Als voorwaarde melden op/in: - website - schriftelijk infomateriaal - beschikking - Voorschriften op cdrom
Bijlage VI, art 3.2	<p>Voorlichtings- en communicatiemateriaal</p> <ul style="list-style-type: none"> - Op de titelpagina van publicaties (zoals brochures, folders en nieuwsbrieven) en op aanplakbiljetten over maatregelen en acties die worden medegefinancierd door het ELFPO, moet de deelneming door de Gemeenschap duidelijk zijn vermeld en moet het embleem van de Gemeenschap zijn aangebracht als ook het nationale of regionale embleem is gebruikt. Publicaties moeten verwijzingen bevatten naar de instantie die verantwoordelijk is voor de informatie-inhoud, en naar de beheersautoriteit die is aangewezen voor de uitvoering van het betrokken programma. - Voor informatie die beschikbaar wordt gesteld met elektronische middelen (websites, databases voor potentiële begunstigden) of in de vorm van audiovisueel materiaal, is het eerste streepje van overeenkomstige toepassing. Bij de opstelling van het communicatieplan moet terdege aandacht worden geschonken aan nieuwe technologieën die een snelle en doelmatige verspreiding van informatie mogelijk maken en een dialoog met het grote publiek vergemakkelijken. <p>Websites over het ELFPO moeten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ten minste op de thuispagina melding maken van de bijdrage van het ELFPO; - een hyperlink naar de website over het ELFPO van de Commissie bevatten. 	DR/ Prv's (ism DLG) Rb-POP	Als voorwaarde melden op/in: - website - schriftelijk infomateriaal - beschikking Voorschriften op cdrom
Bijlage VI, art 4	Voorschriften vlag/ logo, kleuren (zie uitvoeringsvo. bijlage 3 van communicatieplan)	Rb-POP	Voorschriften op cdrom

Bijlage 5 Checklist Loketten.

Checklist Loketten: communicatieverplichtingen POP2

In dit document worden de verplichtingen vanuit communicatie en voorlichting, waar de loketten (LNV-loket en provinciale loketten) direct mee te maken hebben, nader uitgewerkt. Per onderdeel wordt aangegeven wat verplicht is. Het is een nadere uitwerking van het Communicatieplan (bijlage 1, 3 en 4).

Als 'front office' informeren Het LNV-loket van Dienst Regelingen en de provinciale loketten de potentiële eindbegunstigden over de mogelijkheden en randvoorwaarden van het POP-programma. Tevens faciliteren zij bij de eventuele subsidieaanvraag. De communicatie op maatregelniveau valt onder de verantwoordelijkheid van de provincies (loketten) en Dienst Regelingen (via Het LNV-Loket).

Bij de frontoffice is beschikbaar:

1. Website
2. Schriftelijk Informatiemateriaal
3. Aanvraagformulieren

(Telefonische informatie)

De DLG en DR functioneren tevens als back-office. Dienst Landelijk Gebied (DLG) is het centrale betaalorgaan voor POP2 en richt zich met name op de betaling van de gebiedsgerichte maatregelen van het POP (as 3 en 4). Directie Regelingen is zg. '*delegated body*' van DLG en houdt zich met name bezig met de betalingen van de ondernemersgerichte maatregelen van het POP (as 1 en 2). Beide partijen toetsen op EU-conformiteit.

In samenwerking met de backoffice is beschikbaar:

4. Beschikkingen met bijbehorende voorwaarden voor de uitvoering van het project/activiteit
5. Cd-rom met voorwaarden, logo en slogan

Als eerste is een **checklist** opgenomen die provincies, Dienst Regelingen en Dienst Landelijk Gebied kunnen gebruiken om te 'checken' of men aan alle verplichtingen heeft voldaan. Daarna volgt een uitgebreide **uitwerking** van de verschillende onderdelen: wat wordt precies met het voorschrift bedoeld, wie levert het materiaal aan, welke artikelen van de uitvoeringsverordening (bijlage 3/ communicatieplan) zijn van toepassing etcetera.

Checklist

1. Website: wat moet op de website over POP?

Provincies:

- Algemene informatie over het POP-programma;
- Informatie op maatregelniveau over door betreffende provincie opengestelde POP-maatregelen;
- Informatie over administratieve procedures bij aanvraag;
- Melden subsidiabiliteitsvoorwaarden bij toekenning steun (openbaarmaking persoonsgegevens, plaatsen informatiebord, verplicht gebruik logo/ slogan e.d., gegevens leveren ten behoeve van provinciale website);
- Inhoud CD-roms met subsidiabiliteitsvoorwaarden is downloadbaar;
- Contactgegevens centrale provinciale loket en regionale provinciale loketten;
- Links naar andere websites;
- Overzicht van lopende POP-projecten in de provincie;
- Digitale/ downloadbare aanvraagformulieren.

Het LNV-loket:

- Tekst algemene informatie over het POP-programma;
- Informatie op maatregelniveau over door LNV of door provincies (indien DR uitvoerder hiervan is) opengestelde POP-maatregelen;
- Informatie over administratieve procedures bij aanvraag;
- Melden subsidiabiliteitsvoorwaarden bij toekenning steun (openbaarmaking persoonsgegevens, plaatsen informatiebord, verplicht gebruik logo/ slogan e.d.);
- Inhoud CD-roms met subsidiabiliteitsvoorwaarden downloadbaar;
- Contactgegevens Het LNV-loket;
- Links naar andere websites;
- Digitale/ downloadbare aanvraagformulieren.

2. Schriftelijk informatiemateriaal

Met schriftelijk informatiemateriaal wordt bedoeld: brochures en/of ander *algemeen* informatiemateriaal mbt POP.

Provincies:

- Algemene informatie over het POP-programma;
- Informatie op maatregelniveau over door betreffende provincie opengestelde POP-maatregelen;
- Informatie over administratieve procedures bij aanvraag;

- Melden subsidiabiliteitsvoorwaarden bij toekenning steun (openbaarmaking persoonsgegevens, plaatsen informatiebord, verplicht gebruik logo/ slogan e.d., gegevens leveren tbv prv website);
- Contactgegevens centrale provinciale loket en regionale prv loketten;
- Links naar relevante websites.

Het LNV-loket:

- Algemene informatie over het POP-programma;
- Informatie op maatregelniveau over door LNV of door provincies (indien DR uitvoerder hiervan is) opengestelde POP-maatregelen;
- Informatie over administratieve procedures bij aanvraag;
- Melden subsidiabiliteitsvoorwaarden bij toekenning steun (openbaarmaking persoonsgegevens, plaatsen informatiebord, verplicht gebruik logo/ slogan e.d.);
- Contactgegevens LNV-loket;
- Links naar relevante websites.

3. Aanvraagformulieren

Provincies/Het LNV-loket:

- Aanvraagformulieren zijn digitaal en schriftelijk beschikbaar.

Provincies en DR zorgen (in overleg met DLG) dat de volgende informatie op de aanvraagformulieren komt:

- Verklaring akkoord openbaarmaking persoonsgegevens.

4. Beschikking met voorwaarden

Provincies/ Het LNV-loket (DR) zorgen dat in beschikkingen de volgende informatie wordt opgenomen:

- Bijdrage uit ELFPO/POP plus bijbehorende as waar project uit gefinancierd is;
- Belangrijkste voorwaarden bij toekenning steun (openbaarmaking persoonsgegevens, plaatsen informatiebord, verplicht gebruik logo/ slogan e.d.). Voor provincies geldt als extra voorwaarde voor beschikking: gegevens leveren tbv prv website.

5. CD-rom met uitwerking voorwaarden

Het Regiebureau POP zorgt voor CD-roms met subsidiabiliteitsvoorwaarden met betrekking tot voorlichting en communicatie.

Provincies/ Het LNV-loket (DR):

- CD-roms worden, indien relevant, bij de beschikking geleverd aan de aanvrager;
- Inhoud CD-roms is ook beschikbaar/ downloadbaar via websites van loketten.

Uitwerking Checklist

1a. Website/provincie	Toelichting
- Algemene informatie over het POP-programma	Tekst wordt geleverd door Regiebureau POP (inclusief voorschrift Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 3.2/ incl. opsomming alle opengestelde maatregelen met bijbehorend loket)
- Informatie op maatregelniveau over door betreffende provincie opengestelde POP-maatregelen	Beschrijven welke POP-maatregelen worden opengesteld door betreffende provincie met inbegrip van ter beschikking staande budgetten en (algemene en regelingsinhoudelijke) subsidievoorwaarden.
- Informatie over administratieve procedures bij aanvraag	Procesbeschrijving van aanvraagtraject met bijbehorende termijnen
- Subsidiabiliteitsvoorwaarden bij toekenning steun (openbaarmaking persoonsgegevens, plaatsen informatiebord, verplicht gebruik logo/slogan e.d., gegevens leveren voor prv website)	<p>Op de website moeten provincies de belangrijkste subsidiabiliteitsvoorwaarden voor voorlichting en communicatie bij toekenning steun melden:</p> <p><u>Openbaarmaking persoonsgegevens</u> (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 2.1) Melden dat bij toekenning uit POP de namen van begunstigden en de naam van concrete betrokken acties (naam project) en de voor de acties toegekende bedragen worden gepubliceerd op de LNV-site.</p> <p><u>Plaatsen informatieplaquette/informatiebord</u> (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 2.2) Informatieplaquette: bij een investering (bijvoorbeeld in een landbouw- of voedingsmiddelenbedrijf) waarvan de totale kosten meer dan 50.000 euro bedragen. Bij gebouwen van in het kader van as 4 gefinancierde Plaatselijke groep wordt ook een informatieplaquette aangebracht. Informatiebord: bij infrastructurele voorzieningen waarvan de totale kosten meer dan 500.000 euro bedragen.</p> <p><u>Verplicht gebruik logo/slogan e.d.</u> (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 3.1 en 3.2) Melden dat het verplicht is bij elke voorlichtings- en publiciteitsactie over het project de Europese vlag (logo) en de slogan van de EU te gebruiken. Voor de door Leader gefinancierde acties moet het Leader logo gebruikt worden, evenals de EU slogan. Publicaties moeten verwijzingen bevatten naar de instantie die verantwoordelijk is voor de informatie-inhoud (Provincie of LNV), en naar de beheersautoriteit die is aangewezen voor de uitvoering van het betrokken programma (LNV) <u>Provinciale POP-maatregelen: Gegevens voor provinciale website</u></p>

1a. Website/provincie	Toelichting
	In de voorwaarden melden dat begunstigde met projectgegevens (o.a. foto project, naam project, locatie, omschrijving project, bijdrage POP/ Totale projectkosten) op de website van de provincie komt te staan. De begunstigde levert hiervoor een digitale foto aan. Uitgezonderd projecten Programmabeheer.
Inhoud CD-roms met subsidiabiliteitsvoorwaarden downloadbaar	Bovenstaande subsidiabiliteitsvoorwaarden worden verder uitgewerkt op CD- rom door het Regiebureau POP. De partijen die de beschikking verzenden (provincies, DR), sturen deze CD-rom, indien relevant, met beschikking mee. De inhoud van deze CD-rom is ook te downloaden via de websites van de loketten.
Contactgegevens centrale provinciale loket en regionale provinciale loketten	Contactgegevens van centrale en (mits van toepassing) regionale loketten waar men voor POP-aanvraag terecht kan.
Links naar andere websites	Op de website van het provinciale loket moeten in ieder geval de volgende links worden opgenomen: www.regiebureau-pop.nl (Coördinerend bureau voor POP-programma waar men terecht kan voor algemene informatie over het POP) www.provincies.nl (toegang tot websites overige provincies) www.minlnv.nl/loket (Ministerie van LNV/ Ondernemersloket) www.ec.europa.eu/agriculture (EU pagina plattelandsontwikkeling) www.netwerk.platteland.nl (Nationaal plattelandsnetwerk (as 4)) www.minlnv.nl (beheersautoriteit van het Plattelandsontwikkelingsprogramma in Nederland)
Overzicht van lopende POP-projecten in betreffende provincie	De provincie publiceert op haar website de volgende informatie over de lopende en/of afgeronde POP-projecten: <ul style="list-style-type: none"> - Foto project - Naam project - Locatie - Korte omschrijving project (verwijzing naar eventuele website) - Bijdrage vanuit POP/ totale projectkosten In de beschikking met bijbehorende voorwaarden moet worden opgenomen dat de begunstigde deze informatie aan het provinciale loket levert. Uitgezonderd projecten Programmabeheer.
Digitale/ downloadbare aanvraagformulieren	Het aanvraagformulier dat de provincie gebruikt voor de POP-aanvragen moet digitaal/ downloadbaar op de website beschikbaar zijn (liefst ook mogelijkheid tot digitaal invullen).

1b. Website/ Het LNV-loket	Toelichting
- Algemene informatie over het POP-programma	Tekst wordt geleverd door Regiebureau POP (inclusief voorschrift Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 3.2/ incl. opsomming alle opengestelde maatregelen met bijbehorend loket)
- Informatie op maatregelniveau over de door LNV of door provincies (indien DR uitvoerder hiervan is) opengestelde POP-maatregelen;	Beschrijven welke POP-maatregelen door LNV worden opengesteld met inbegrip van ter beschikking staande budgetten en (algemene en regelingsinhoudelijke) subsidievoorwaarden. Verwijzing naar provinciale sites voor wat betreft provinciale regelingen.
- Informatie over administratieve procedures bij aanvraag	Procesbeschrijving van aanvraagtraject met bijbehorende termijnen
- Subsidiabiliteitsvoorwaarden bij toekenning steun (openbaarmaking persoonsgegevens, plaatsen informatiebord, verplicht gebruik logo/ slogan e.d.)	<p>Op de website dienen de belangrijkste subsidiabiliteitsvoorwaarden voor voorlichting en communicatie bij toekenning steun gemeld te worden:</p> <p><u>Openbaarmaking persoonsgegevens</u> (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 2.1) Melden dat bij toekenning uit POP de namen van begunstigden en de naam van concrete betrokken acties (naam project) en de voor de acties toegekende bedragen worden gepubliceerd op de LNV-site.</p> <p><u>Plaatsen informatieplaquette/informatiebord</u> (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 2.2) Informatieplaquette: bij een investering (bijvoorbeeld in een landbouw- of voedingsmiddelenbedrijf) waarvan de totale kosten meer dan 50.000 euro bedragen. Bij gebouwen van in het kader van as 4 gefinancierde Plaatselijke groep wordt ook een informatieplaquette aangebracht. Informatiebord: bij infrastructurele voorzieningen waarvan de totale kosten meer dan 500.000 euro bedragen.</p> <p><u>Verplicht gebruik logo/slogan e.d.</u> (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 3.1 en art 3.2) Melden dat het verplicht is bij elke voorlichtings- en publiciteitsactie over het project verplicht is de Europese vlag (logo) en de slogan van de EU te gebruiken. Voor de Leader gefinancierde acties moet het Leader logo gebruikt worden, evenals de EU slogan. Publicaties moeten verwijzingen bevatten naar de instantie die verantwoordelijk is voor de informatie-inhoud, en naar de beheersautoriteit die is aangewezen voor de uitvoering van het betrokken programma (LNV is beheersautoriteit voor het POP)</p> <p><u>Gegevens op titelpagina/website</u> (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 3.2) Melden dat op de titelpagina van publicaties (zoals brochures, folders en nieuwsbrieven,</p>

1b. Website/ Het LNV-loket	Toelichting
	posters, websites) of websites mbt POP-projecten moet de deelneming door de EU duidelijk zijn vermeld en moet het embleem van de EU zijn aangebracht als ook het nationale of regionale embleem is gebruikt. Publicaties moeten verwijzingen bevatten naar de instantie die verantwoordelijk is voor de informatie-inhoud, en naar de beheersautoriteit die is aangewezen voor de uitvoering van het betrokken programma (LNV is beheersautoriteit voor het POP Nelderland).
Inhoud CD-roms met subsidiabiliteitsvoorwaarden downloadbaar	Bovenstaande subsidiabiliteitsvoorwaarden worden verder uitgewerkt op CD-rom door het Regiebureau POP. De partijen die de beschikking verzenden (prv's DR), sturen deze CD-rom, indien relevant, met beschikking mee. De inhoud van deze CD-rom dient tevens downloadbaar te zijn op de websites van de loketten.
Contactgegevens Het LNV-loket	Contactgegevens van Het LNV-loket (0800 - 22 333 22) waar men met vragen omtrent de aanvraag terecht kan.
Links naar andere websites	Op de website van Het LNV- loket moeten in ieder geval de volgende links staan: www.regiebureau-pop.nl (Coördinerend bureau voor POP-programma waar men terecht kan voor algemene informatie over het POP) www.provincies.nl (toegang tot websites provincies voor doorverwijzing naar overige (gebiedsgerichte) POP-maatregelen) www.ec.europa.eu/agriculture (EU pagina plattelandsontwikkeling) www.netwerk.platteland.nl (Nationaal plattelandsnetwerk (as 4)) www.minlnv.nl (beheersautoriteit van het Plattelandsontwikkelingsprogramma in Nederland)
Digitale/ downloadbare aanvraagformulieren	Het aanvraagformulier dat voor de opengestelde POP maatregelen/ regelingen gebruikt wordt dient digitaal/ downloadbaar op de website beschikbaar te zijn. Bij het LNV-loket bestaat tevens mogelijkheid het formulier online in te vullen.

2a. Schriftelijk Infomateriaal/ provincie	Toelichting
Algemene informatie over het POP-programma	Tekst wordt geleverd door Regiebureau POP (inclusief voorschrift Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 3.2/ incl. opsomming alle opengestelde maatregelen met bijbehorend loket)
Informatie op maatregelniveau over door betreffende provincies opengestelde maatregelen	Beschrijven welke POP-maatregelen worden opengesteld in de betreffende provincie met inbegrip van ter beschikking staande budgetten en (algemene en regelingsinhoudelijke) subsidievoorwaarden.

2a. Schriftelijk Infomateriaal/ provincie	Toelichting
Informatie over administratieve procedures bij aanvraag	Procesbeschrijving van aanvraagtraject met bijbehorende termijnen
Melden subsidiabiliteitsvoorwaarden bij toekenning steun (openbaarmaking persoonsgegevens, plaatsen informatiebord, verplicht gebruik logo/ slogan e.d., gegevens leveren voor provinciale website);	<p>In het schriftelijk informatiemateriaal meldt de provincie de belangrijkste subsidiabiliteitsvoorwaarden voor voorlichting en communicatie bij toekenning steun:</p> <p><u>Openbaarmaking persoonsgegevens</u> (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 2.1) Melden dat bij toekenning uit POP de namen van begunstigen en de naam van concrete betrokken acties (naam project of omschrijving activiteit) en de voor de acties toegekende bedragen worden gepubliceerd op de LNV-site.</p> <p><u>Plaatsen informatieplaquette/informatiebord</u> (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 2.2) Informatieplaquette: bij een investering (bijvoorbeeld in een landbouw- of voedingsmiddelenbedrijf) waarvan de totale kosten meer dan 50.000 euro bedragen. Bij gebouwen van in het kader van as 4 gefinancierde Plaatselijke groep wordt ook een informatieplaquette aangebracht. Informatiebord: bij infrastructurele voorzieningen waarvan de totale kosten meer dan 500.000 euro bedragen.</p> <p><u>Verplicht gebruik logo/slogan e.d.</u> (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 3.1 en art 3.2) Melden dat het verplicht is bij elke voorlichtings- en publiciteitsactie over het project verplicht is de Europese vlag (logo) en de slogan van de EU te gebruiken. Voor de Leader gefinancierde acties moet het Leader logo gebruikt worden, evenals de EU slogan. Publicaties moeten verwijzingen bevatten naar de instantie die verantwoordelijk is voor de informatie-inhoud (provincie of LNV), en naar de beheersautoriteit die is aangewezen voor de uitvoering van het betrokken programma (LNV)</p> <p><u>Provinciale POP-maatregelen: Gegevens voor provinciale website</u> Melden dat begunstigde met projectgegevens (foto project, naam project, locatie, omschrijving project, bijdrage POP/ Totale projectkosten) op de website van de provincie komt te staan. De begunstigde levert hier een digitale foto voor aan. Uitgezonderd projecten Programmabeheer.</p>
Contactgegevens centrale provinciale loket en regionale prv loketten	Contactgegevens van centrale en (mits van toepassing) regionale loketten waar men voor POP-aanvraag terecht kan.

2a. Schriftelijk Infomateriaal/ provincie	Toelichting
Links naar relevante websites	<p>In de brochure met informatie over POP moeten in ieder geval de volgende websites vermeld staan:</p> <p>www.regiebureau-pop.nl (Coördinerend bureau voor POP-programma waar men terecht kan voor algemene informatie over het POP)</p> <p>www.provincies.nl (toegang tot websites overige provincies)</p> <p>www.minlnv.nl/loket (Ministerie van LNV/ Ondernemersloket)</p> <p>www.ec.europa.eu/agriculture (EU pagina plattelandontwikkeling)</p> <p>www.netwerk.platteland.nl (Nationaal plattelandsnetwerk (as 4))</p> <p>www.minlnv.nl (beheersautoriteit van het Plattelandsontwikkelingsprogramma in Nederland)</p>

2b.Schriftelijk infomateriaal/LNV-loket	Toelichting
Algemene informatie over het POP-programma	Tekst wordt geleverd door Regiebureau POP (inclusief voorschrift Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 3.2/ incl. opsomming alle opengestelde maatregelen met bijbehorend loket)
Informatie op maatregelniveau over door LNV of door provincies (indien DR uitvoerder hiervan is) opengestelde POP-maatregelen	Beschrijven welke POP-maatregelen door LNV dan wel provincies worden opengesteld met inbegrip van ter beschikking staande budgetten en (algemene en regelingsinhoudelijke) subsidievoorwaarden. Het betreft hier maatregelen die door DR worden uitgevoerd.
Informatie over administratieve procedures bij aanvraag	Procesbeschrijving van aanvraagtraject met bijbehorende termijnen
Melden subsidiabiliteitsvoorwaarden bij toekenning steun (openbaarmaking persoonsgegevens, plaatsen informatiebord, verplicht gebruik logo/ slogan, gegevens leveren voor provinciale website)	<p>In het schriftelijk informatiemateriaal dienen de belangrijkste subsidiabiliteitsvoorwaarden voor voorlichting en communicatie bij toekenning steun gemeld te worden:</p> <p><u>Openbaarmaking persoonsgegevens</u> (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 2.1) Melden dat bij toekenning uit POP de namen van begunstigen en de naam van concrete betrokken acties (naam project) en de voor de acties toegekende bedragen worden gepubliceerd op de LNV-site.</p> <p><u>Plaatsen informatieplaquette/informatiebord</u> (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 2.2) Informatieplaquette: bij een investering (bijvoorbeeld in een landbouw- of voedingsmiddelenbedrijf) waarvan de totale kosten meer dan 50.000 euro bedragen. Bij gebouwen van in het kader van as 4 gefinancierde Plaatselijke groep wordt ook een</p>

2b.Schriftelijk infomateriaal/LNV-loket	Toelichting
	<p>informatieplaquette aangebracht. Informatiebord: bij infrastructurele voorzieningen waarvan de totale kosten meer dan 500.000 euro bedragen. Verplicht gebruik logo/slogan e.d. (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 3.1 en art 3.2) Melden dat het verplicht is bij elke voorlichtings- en publiciteitsactie over het project verplicht is de Europese vlag (logo) en de slogan van de EU te gebruiken. Voor de Leader gefinancierde acties moet het Leader logo gebruikt worden, evenals de EU slogan. Publicaties moeten verwijzingen bevatten naar de instantie die verantwoordelijk is voor de informatie-inhoud, en naar de beheersautoriteit die is aangewezen voor de uitvoering van het betrokken programma (LNV is beheersautoriteit voor het POP).</p>
Contactgegevens LNV-loket	Contactgegevens van LNV-loket waar men met aanvraag terecht kan.
Links naar relevante websites	<p>In de brochure met informatie over POP moeten in ieder geval de volgende websites vermeld staan:</p> <p>www.regiebureau-pop.nl (Coördinerend bureau voor POP-programma waar men terecht kan voor algemene informatie over het POP)</p> <p>www.provincies.nl (toegang tot websites provincies voor doorverwijzing naar overige (gebiedsgerichte) POP-maatregelen)</p> <p>www.minlnv.nl/loket (Ministerie van LNV/ Ondernemersloket)</p> <p>www.ec.europa.eu/agriculture (EU pagina plattelandontwikkeling)</p> <p>www.netwerk.platteland.nl (Nationaal plattelandsnetwerk (as 4))</p> <p>www.minlnv.nl (beheersautoriteit van het Plattelandsontwikkelingsprogramma in Nederland)</p>

3. Aanvraagformulieren	Toelichting
Aanvraagformulieren zijn digitaal en schriftelijk beschikbaar	Bij provinciale (centrale en regionale) loketten en bij Het LNV-loket zijn aanvraagformulieren voor POP-maatregelen digitaal (downloadbaar van website) en schriftelijk beschikbaar.
Verklaring akkoord openbaarmaking persoonsgegevens	<p>(aanvinkbare)Verklaring opnemen in aanvraagformulier dat men akkoord is met het openbaar maken van de naam begunstigde, naam project, de toegekende bedragen (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 2.1)</p> <p>Van alle POP begunstigten worden deze gegevens op de website van LNV bekend gemaakt.</p>

3. Aanvraagformulieren	Toelichting
	<p>Van alle POP-begunstigden van provinciale maatregelen worden deze gegevens ook op de betreffende provinciale sites geplaatst (inclusies foto project, naam project, locatie, omschrijving project, bijdrage POP/ totale projectkosten). De begunstigde levert hier een digitale foto voor aan. Uitgezonderd projecten Programmabeheer.</p>

4. Beschikking met voorwaarden	Toelichting
<p>Bijdrage uit ELFPO/POP plus bijbehorende as waar project uit gefinancierd is</p>	<p>In de toekenning van de steun (de beschikking) moet worden meegedeeld dat het project wordt gefinancierd in het kader van een door het Europees Landbouwfonds voor Plattelandsontwikkeling (ELFPO) medegefinancierd programma voor plattelandsontwikkeling (POP). Tevens wordt aangegeven uit welke prioritaire as het POP-bedrag komt (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 1.2).</p>
<p>Belangrijkste voorwaarden bij toekenning steun (openbaarmaking persoonsgegevens, plaatsen informatiebord, verplicht gebruik logo/ slogan)</p> <p>Voor provinciale POP-maatregelen geldt extra voorwaarde voor beschikking: gegevens leveren tbv prv website</p>	<p>In beschikking (met bijbehorende voorwaarden) opnemen dat de volgende punten met betrekking tot communicatie en voorlichting verplicht zijn:</p> <p><u>Openbaarmaking persoonsgegevens</u> (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 2.1) Melden dat bij toekenning uit POP de namen van begunstigden en de naam van concrete betrokken acties (naam project) en de voor de acties toegekende bedragen worden gepubliceerd op de LNV-site.</p> <p><u>Plaatsen informatieplaque/ informatiebord</u> (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 2.2) Informatieplaque: bij een investering (bijvoorbeeld in een landbouw- of voedingsmiddelenbedrijf) waarvan de totale kosten meer dan 50.000 euro bedragen. Bij gebouwen van in het kader van as 4 gefinancierde Plaatselijke groep wordt ook een informatieplaque aangebracht. Informatiebord: bij infrastructurele voorzieningen waarvan de totale kosten meer dan 500.000 euro bedragen. Op de informatieborden en informatieplaketten komen een beschrijving van het project/de concrete actie en de in artikel 3.1 (uitv.vo/ bijlage VI) genoemde elementen voor. Die elementen beslaan ten minste 25% van het oppervlak van het informatiebord of de informatieplaque.</p> <p><u>Verplicht gebruik logo/slogan e.d.</u> (zie Uitvoeringsverordening: bijlage VI, art 3.1 en art 3.2)</p>

4. Beschikking met voorwaarden	Toelichting
	<p>Melden dat het verplicht is bij elke voorlichtings- en publiciteitsactie over het project de Europese vlag (logo) en de slogan van de EU te gebruiken. Voor de door Leader gefinancierde acties moet het logo van Leader worden gebruikt worden, evenals de EU slogan.</p> <p>Publicaties moeten verwijzingen bevatten naar de instantie die verantwoordelijk is voor de informatie-inhoud, en naar de beheersautoriteit die is aangewezen voor de uitvoering van het betrokken programma (LNV is beheersautoriteit voor het POP)</p> <p><u>Provinciale POP-maatregelen: Gegevens tbv provinciale website</u></p> <p>Melden dat begunstigde met projectgegevens (foto project, naam project, locatie, omschrijving project, bijdrage POP/ Totale projectkosten) op de website van de provincie komt te staan. De begunstigde levert een digitale foto aan. Uitzonderd projecten Programmabeheer.</p> <p>In de beschikking met bijbehorende voorwaarden moet worden opgenomen dat de begunstigde deze informatie aan het provinciale loket levert.</p>

5. CD-roms met uitwerking voorwaarden	Toelichting
CD-roms worden, indien relevant, bij beschikking geleverd	<p>Het Regiebureau streeft ernaar om in het voorjaar 2007 CD-roms met subsidiabiliteitsvoorwaarden met betrekking tot voorlichting en communicatie bij de partijen (die centraal staan voor de verzending van de beschikking) beschikbaar te hebben.</p> <p>Deze partijen zorgen ervoor dat de CD-roms, indien relevant, worden meegestuurd met de beschikking.</p>
Inhoud CD-roms met subsidiabiliteitsvoorwaarden downloadbaar	De eerder genoemde subsidiabiliteitsvoorwaarden worden verder uitgewerkt op CD-rom door het Regiebureau POP. De inhoud van deze CD-rom dient downloadbaar te zijn van websites van de loketten.

Bijlage 6 Lijst betrokken organisaties

ANWB	Partners Natuurlijk Platteland NL
Bedrijfsbureau Laag Holland	platform agrologistiek
BIC Netwerk	PNO Consultants
Biologica	Prins in Communicatie
Bond van Boerderijzuivelaars	Productschap Diervoeders
Boschap	Productschap Granen, Zaden, Peulvruchten
CAH Dronten	Productschap Vlees, Vee en eieren
Centrum voor landbouw en milieu	Productschap Zuivel
CHO Consultants	Produktschap Tuinbouw
CUMELA Nederland	Prov. Landschappen
CSM Suiker	Regio Randstad
De Zeeuwse Vlegel	Recron
De Zonnehoeve Flevoland	RU Groningen
Den Haneker	SBB
Dierenbescherming	Sociaal Economische Raad (SER)
ETC	SoPaG
Faculty of Spatial Sciences, Groningen University	Stadteland
Federatie Particulier Grondbezit	Stichting meer bos in Nederland
Food Valley	stg Terecht Anders
Gemeente Amsterdam dienst RO	Stichting Agro Keten Kennis
Glaskracht Nederland	Stichting Beheer Natuur en Landelijk Gebied
Groene Kenniscooperatie	Stichting Green Valley
Hoofdproductschap Akkerbouw	Stichting Natuur en Milieu
Innovatienetwerk Groene Ruimte en Agrocluster	Stichting Probos
Keeco Communicatie en onderzoek	Stichting Recreatie
Landschapsbeheer NL	Stimulus Programmamanagement
Leader + Brabant	Streekeigen producten Nederland
Leader+ Gelderland	Subsidiefocus
Leader+ Hoogeland	Suikerunie Dinteloord, dir. Agrarische Zaken
Leader+ Kop van Noord Holland	Talentum
Leader+ Oldambt Westerwolde	Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw
Leader+ Fryslân	Toer de Boer op
Leader + De Waarden	UvW
Leader+ZHE	Vereniging Nederlandse
LLTB	Pluimveeverwerkende
LTO Nederland NL	Industrie (nepluvi)
LTO Noord	Vereniging van Bloemenveilingen in Nederland
LVVK	(VBN)
NAJK	Vereniging van Kamers van Koophandel
Natuurlijk Platteland Oost	Vereniging van Waterbedrijven in Nederland (VEWIN)
Natuurmonumenten	VNG
Natuurvereniging Waterland	Vogel, de Bureau
Nederlandse Bond voor Plattelandsvrouwen/vrouwen van Nu	Vogelbescherming NL
Nederlandse Melkveehouders Vakbond	Vrienden van het platteland
Nederlandse Organisatie van Pluimveehouders	Vrienden van het platteland
Nederlandse vakbond van Pluimveehouders	Waterschap Peel en Maasvlei
Nederlandse Vakbond voor Varkenshouders	WUR
Nederlandse Zuivelorganisatie (NZO)	Zij-actief
	ZLTO