**INHOUDELIJK RAPPORTAGE FORMULIER   
voor begunstigden van**

**FRAME, VOICE, REPORT!**

Het totale rapport mag niet meer dan 5 pagina’s beslaan, **exclusief** voorpagina en de bijlagen onder vraag 7.2 en 7.3.

**INTRODUCTIE**

Dit inhoudelijke rapportage formulier is bestemd voor begunstigden van FRAME, VOICE, REPORT! (FVR)

Met dit formulier kunnen FVR begunstigden rapporteren over de resultaten behaald met hun FVR Activiteit en reflecteren op geleerde lessen in het proces.

Jouw rapportage zal gebruikt worden voor de interne leercyclus binnen het FVR programma en voor de rapportageverplichtingen van de partners in het programma richting de Europese Commissie

Wilde Ganzen stuurt haar terugkoppeling op het rapport uiterlijk 2 maanden na ontvangst.

Denk svp aan het meesturen van de verplichte bijlagen bij dit rapport zoals vermeld in het contract.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Organisatie (leidend) |  | | |
| Titel Activiteit |  | | |
| Naam en email contact person |  | | |
| Referentienummer |  | | |
| Uitvoeringsperiode |  | | |
| Totaal budget |  | Daadwerkelijke kosten |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
| Datum |  | Verantwoordelijke (handtekening) |
|  |  |  |
| Email adres |  | Verantwoordelijke (naam in blokletters) |

|  |
| --- |
| **1. Bijdrage aan de impact doelstelling van FVR!** |

* 1. Leg a.u.b. uit (in max 10 regels) hoe uw Activiteit heeft bijgedragen aan het bereiken van de beoogde impact van FRAME, VOICE, REPORT!: ‘*Verhoogde betrokkenheid van burgers in het volbrengen van de Duurzame Ontwikkelingsdoelen in de EU’* (dit refereert aan art. 1.4 in de aanvraag).De belangrijkste veranderingen kunnen veranderingen in kennis, houding, vaardigheden en / of gedragingen in de doelgroep zijn. (Max. 10 regels) NB: schrijf dit gedeelte indien mogelijk in het Engels - het wordt gepubliceerd op framevoicereport.org.

|  |
| --- |
| **2. Behalen van de doelstellingen van de Activiteit** |

* 1. In hoeverre heeft u de specifieke doelstelling(en) van uw Activiteit behaald (dit refereert aan punt 1.1 van je aanvraag)? *Neem in kolom 1 de doelstelling(en) uit je aanvraag over. Geef in kolom 2 aan d.m.v. een kleur in hoeverre deze doelstelling is behaald (Groen: volledig behaald; Geel: gedeeltelijk behaald; Rood: niet behaald). Geef in kolom 3 een uitleg over het volledig, gedeeltelijk of niet behalen van uw doelstelling(en). Heeft u meer rijen nodig? Kopieer dan een lege rij en plak deze onderaan.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Doelstelling(en) (Art. 1.1 in de aanvraag)** | **Kleur**  **(groen, geel, rood)** | **Uitleg over het wel/ gedeeltelijk/ niet behalen van uw doelstelling(en).** |
|  | * Groen * Geel * Rood |  |
|  | * Groen * Geel * Rood   Rood |  |
|  | * Groen * Geel * Rood   Roo |  |

2.2 Beschrijf de eventuele onverwachte resultaten die mogelijk voortgekomen zijn uit jouw Activiteit.

2.3 Beschrijf eventueel welke problemen je bent tegengekomen en hoe je deze hebt opgelost.

|  |
| --- |
| **3. Outputs en activiteiten** |

3.1 Geef aan hoeveel mensen er zijn bereikt door jouw Activiteit (en vergelijk dat met de aantallen aangegeven in je aanvraag).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Aantal aangegeven in de aanvraag | Geïnformeerd | Betrokken |
| Geef aan hoeveel mensen er zijn bereikt door jouw Activiteit uitgesplitst in aantal geïnformeerde mensen en aantal betrokken mensen\* |  | *exacte data of schatting* | *exacte data of schatting* |
| Indien mogelijk geef aan hoeveel van hen man, vrouw of een ander gender waren (met exacte data of een schatting) |  | *bv. 50% vrouw /50% man* | *bv. 70% vrouw /30% man* |
| Indien mogelijk geef de verschillende leeftijdsgroepen aan (0-15, 16-25, 26-39, 40-59, ouder dan 60) |  | *bv.  0-15: 10 % 16-25: 15% 26-39: 20% 40-59: ….* | *bv.  0-15: 10 % 16-25: 15% 26-39: 20% 40-59: ….* |

\*(*zie ook de tabel aan het eind van het format voor uitleg over geïnformeerd versus betrokkenheid )*

3.2 Indien mogelijk maak dan een schatting van het aantal indirecte begunstigden. (bijvoorbeeld als een artikel in een krant is gepubliceerd dan zijn de indirecte begunstigden het aantal lezers van die krant)

3.3 Voor online campagnes geef aan hoeveel clicks, shares, downloads, inschrijvingen je gehad hebt naar aanleiding van deze Activiteit.

*Stuur relevante documentatie mee ter ondersteuning van je verhaal over het bereik van jouw activiteit. (Ook een schatting moet je zoveel mogelijk onderbouwen bijvoorbeeld met fotografisch bewijs of gerelateerde bezoekerscijfers, oid.)*

3.3 Omschrijf op welke manier in de activiteit onderscheid wordt gemaakt tussen bewustmaking en betrokkenheid. Leg uit waarom je met beide hebt gewerkt en wat je hebt gedaan om van bewustwording naar betrokkenheid bij je doelgroep te gaan.

3.4 Geef een overzicht en een korte omschrijving van de gegenereerde outputs van jouw Activiteit. *Maak extra rijen indien nodig.*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Naam Product** | **Aantal geproduceerd/ gedistribueerd** | **Focus op gender**  **(ja/nee)** | **Focus op klimaat**  **(ja/nee)** | **Focus op migratie**  **(ja/nee)** | **De output communiceert expliciet over de SDG’s (ja/nee)** | **Url naar de output (indien aanwezig)** |
| *Evenement, Artikel, folder, publicatie, webpagina, etc* |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

3.5 Indien aanwezig, geef aan of er vervolgactiviteiten voorzien zijn na de periode van implementatie.

|  |
| --- |
| **4. Organisatie leren, delen en netwerken** |

4.1 Beschrijf de belangrijkste lessen die jouw organisatie heeft geleerd en ervaringen die je hebt verkregen in de uitvoering van de Activiteit (bijvoorbeeld in de planning, het bereiken en betrekken van mensen of andere lessen die jullie in de organisatie geleerd hebben).

4.2 Beschrijf 1 à 2 voorbeelden van de belangrijkste veranderingen die hebben plaatsgevonden in jouw organisatie dankzij jullie deelname aan het leertraject gefaciliteerd door Wilde Ganzen en 11.11.11. en/ of door middel van het netwerken met andere FVR begunstigden en/ of journalisten. Deze veranderingen kunnen hebben plaatsgevonden in kennis, houding, capaciteiten en/ of gedrag.

4.3 Heeft er een verandering plaatsgevonden in de manier waarop jouw organisatie communiceert over de duurzame ontwikkelingsdoelen? Indien ja, geef een voorbeeld.

|  |
| --- |
| **5. Aanvullende observaties en reflecties** |

5.1 Indien je deze Activiteit opnieuw zou ontwikkelen en/of uitvoeren, wat zou je dan anders doen?

5.2 Heb je nog aanvullende observaties en reflecties?

|  |
| --- |
| **6. Terugkoppeling aan de FRAME, VOICE, REPORT! Partners** |

6.1 Indien aanwezig, geef hier jouw reflecties weer over thematische, administratieve, financiële procedurele en andere aandachtspunten voor het FRAME, VOICE, REPORT! programma en je suggesties over hoe deze verbeterd kunnen worden.

|  |
| --- |
| **7. Bijlagen** |

7.1 Naast dit inhoudelijke rapport verwachten wij een ingevulde eindvragenlijst te ontvangen (online) en de financiële verantwoording zoals vermeld in de samenwerkingsovereenkomst.

7.2 Voeg bij dit rapport de afbeeldingen, video's, documenten, screenshots van sociale media of andere materialen die geproduceerd zijn in het kader van deze Activiteit en die elektronisch geüpload kunnen worden. Geef hieronder een overzicht met de producten en/ of relevante links.

7.3 Geef a.u.b. een lijst met uitgevoerde activiteiten, middels onderstaande tabel (geef je antwoord zo mogelijk in het Engels zodat we het direct voor de rapportage aan de Europese Commissie kunnen gebruiken)

|  |  |
| --- | --- |
| Lijst van uitgevoerde activiteiten | *X = Aantal:*  *Xx Bijeenkomsten*  *Xx workshops*  *Xx Studiereizen*  *Xx interviews met…*  *etc* |
| Geef het geografische (regio, plaats, gemeente, land, etc) bereik van de communicatie activiteiten (workshops, documentaire-vertoningen, berichtgeving in kranten enz.) |  |
| Maak een lijst van onvoorziene gebeurtenissen en activiteiten die je hebt moeten aanpassen of die je niet hebt kunnen uitvoeren en leg uit waarom. |  |

**Tabel geïnformeerde versus betrokken publiek**Onderstaande tabel kan worden gebruikt bij de rapportage over de bereikte doelgroep (vraag 3.1)

**Gelieve te noteren** dat Level 0 (indirecte publiek) geen deel uitmaakt van de tabel bij vraag 3.1. Het gaat in deze tabel om de groepen in levels 1 en 2 (geinformeerd) 3 tot 6 (betrokken). Het aantal indirecte betrokkenen kan worden opgegeven bij vraag 3.2

Het is niet makkelijk om te bepalen op welk level je doelgroep zich bevindt, maar hopelijk helpt onderstaande uitleg je op weg.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Publiek** | **Level** | **Monitoring tools (niet volledig)** |
| **I**  **N**  **D**  **I**  **R**  **E**  **C**  **T** | **LEVEL 0: CONSUMENT (VAN COMMUNICATIEPRODUCTEN VAN DE ACTIVITEIT)**   * Contact met jullie activiteit is toevallig, bv. door het tegen te komen via  \* een media-rapport / artikel,  \* een publiek / straatevenement,   \* promotiemateriaal,   \* een advertentie, | * Persoverzicht * Aantal uitgebrachte materialen * Schatting van deelnemers aan een evenement waar de uitgevoerde activiteit een onderdeel van is. |
| **G**  **E**  **I**  **N**  **F**  **O**  **R**  **M**  **E**  **E**  **R**  **D** | **LEVEL 1: TOESCHOUWER/BEWUST**   * Is zich bewust van de activiteit en waar die over gaat * Betrokkenheid is onregelmatig, b.v. door incidenteel, mogelijk eenmalig, bezoek aan een projectwebsite, blog of Facebook-pagina, of door toegang tot een rapportage, een les of sessie op school | * Bezoekcijfers website * Social media data (clicks, views, etc.) * Downloads van documenten gerelateerd aan de activiteit |
| **LEVEL 2: VOLGER/GEÏNTERESSEERDE**   * Is geïnteresseerd in de activiteit / het thema waar die over gaat en vindt het goed om up-to-date te blijven (op een mailinglist, o.i.d. te staan). * Contact via directe communicatie van de activiteit of een van zijn communicatie kanalen (bijvoorbeeld via e-mail abonnement, Twitter-volger, Facebook-likes). Naast het eventueel bijwonen van een gratis openbaar evenement (zoals een tentoonstelling, theatervoorstelling, openbare discussie), ontvangst van een gratis eenmalige briefing of iets anders, zal dit echter verder niet leiden tot een vervolgactie. | * Schatting van mensen die een evenement bijwonen. * Reacties op sociale media posts (likes) * Gegevens over berichten van sociale netwerken over het project * Presentielijst van conferenties |
| **B**  **E**  **T**  **R**  **O**  **K**  **K**  **E**  **N** | **LEVEL 3: SUPPORTER**   * Is het eens met, betuigt steun aan (delen van) de activiteit. * Voert eenmalig actie na contact of uitnodiging b.v. \* tekent een petitie, \* onderschrijft en stuurt een elektronisch bericht of link over het project,  \* neemt deel aan een evenement waarvoor entree wordt gevraagd, \* neemt deel aan een discussiebijeenkomst van de activiteit,  \* woont een eenmalige workshop, seminar bij, of conferentie sessie, \* verandert koopgedrag met betrekking tot een van de thema’s, \* neemt vrijwillig deel aan een sessie (bijv. workshop) georganiseerd op school | * Sociale media activiteiten (sharings, comments) * Deelnemerslijst van workshops, seminars * Handtekeningen op een petitie * Verzoek om het project te analyseren voor een scriptie of onderzoek |
| **LEVEL 4: ACTIVIST**   * Zet zich in voor (delen van) de activiteit * Neemt bijvoorbeeld deel aan \* een reeks workshop-seminars of een conferentie, \* helpt bij een project evenement, \* neemt deel aan een openbare bijeenkomst, \* probeert ideeën of dingen die de activiteit propageert uit, \* verklaart openlijk steun (bijv. Schrijft een brief), \* verandert koopgedrag met betrekking tot een diverse artikelen. | * Beschikbaarheid om vrijwilliger te worden voor het project * Interviews, focusgroepen * Meest significante verandering |
| **LEVEL 5: MULTIPLIER**   * Is toegewijd aan de activiteit en promoot deze * Stimuleert systematisch communicatie over de thema’s die de activiteit aan de orde stelt in zijn/ haar eigen sociale of werkomgeving, bijvoorbeeld  \* bevordert de betrokkenheid bij de problemen en ideeën van het project bij vrienden en kennissen, bij mensen in de lokale gemeenschap of op de werkplek. \* Neemt deel aan een studiereis en vertelt anderen over ervaringen | * Interviews, focusgroepen * Meest significante verandering * Outcome harvesting (het oogsten van resultaten) |
| **LEVEL 6: INNOVATOR**   * Is toegewijd aan de activiteit / de aangekaarte thema’s en ontwikkelt en implementeert (nieuwe) ideeën voor de promotie van de intenties ervan * Werkt samen met en richt zich op anderen om nieuwe ideeën voor acties te ontwikkelen en uit te voeren (introduceert bijvoorbeeld een school breed initiatief, initieert creatieve activiteiten / media-evenementen, initieert lobby bijeenkomsten met beleidsmakers, kaart nieuwe gerelateerde thema’s openbaar aan, enz.) | * Lijst van evenementen / initiatieven op eigen initiatief georganiseerd door de ‘innovator’ * Interviews, focusgroepen * Meest significante verandering * Outcome harvesting (het oogsten van resultaten) |