

Załącznik do Uchwały Nr 19 / 387 / 15
Zarządu Województwa Podkarpackiego
w Rzeszowie
z dnia 27 stycznia 2015 r.

**Roczny plan działań
informacyjnych i promocyjnych**

na 2015 rok

- PROJEKT -



Unia Europejska
Europejskie Fundusze
Strukturalne i Inwestycyjne



STYCZEŃ 2015 r.

Spis treści:

Spis treści

Spis treści:	2
1. Wstęp.....	3
2. Podstawy opracowania Roczego planu działań.....	3
2.1. Kluczowe dokumenty	3
2.2. Cele działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych w 2015 r.	4
2.3. Wyniki badań i analiz	4
3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2015	6
4. Ramowe wytyczne komunikacyjne na rok 2015.....	6
Tabela 1 Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach RPO WP w roku 2015.....	7
5. Wskaźniki realizacji celów	11
6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu....	14

1. Wstęp

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych, zwany dalej Rocznym planem działań (w skrócie RPD) jest dokumentem o charakterze operacyjnym, przygotowanym przez IZ RPO WP, na potrzeby realizacji w 2015 r. zapisów ***Planu komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2007-2013*** oraz ***Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020***.

Dokument określa podstawy i sposoby realizacji zadań informacyjnych i promocyjnych, poświęconych dwóm Regionalnym Programom Operacyjnym Województwa Podkarpackiego: na lata 2007-2013 oraz 2014-2020, wymienia i opisuje najważniejsze działania komunikacyjne prowadzone przez IZ RPO WP, ich cele, ramy czasowe oraz szacunkowy budżet.

Dane kontaktowe do podmiotu odpowiedzialnego za sporządzenie RPD:

*Departament Zarządzania RPO
Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego
Al. Łukasza Cieplińskiego 4
35-010 Rzeszów
e-mail: drp@podkarpackie.pl
tel. 17 747 67 05
osoba do kontaktu: Wioletta Rejman
e-mail: w.rejman@podkarpackie.pl
tel. 17 747 64 58*

2. Podstawy opracowania Roczno planu działań

2.1. Kluczowe dokumenty

A. Dla RPO WP 2007 – 2013:

- Strategia komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013;
- Wytyczne Ministra Rozwoju Regionalnego z 10 czerwca 2010 r. w zakresie informacji i promocji;
- Plan komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2007-2013.

B. Dla RPO WP 2014 – 2020:

- Projekt Wytycznych Ministra Infrastruktury i Rozwoju w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014 -2020
- Projekt Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020
- Projekt Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020
- Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych IK UP

2.2. Cele działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych w 2015 r.

A. Dla RPO WP 2007 – 2013:

W roku 2015 nacisk zostanie położony przede wszystkim na podsumowanie perspektywy 2007-2013 w obszarze efektów wdrażania projektów i ich wpływu na nasze otoczenie w wymiarze regionalnym, lokalnym oraz na mieszkańców województwa w wymiarze społecznym i osobistym.

W związku z powyższym, cele IZ RPO WP 2007- 2013 w zakresie informacji i promocji na rok 2015 to:

- 1) podsumowanie perspektywy 2007-2013 w kontekście wdrażania RPO WP i podkreślenie korzyści osiągniętych dzięki Programowi w wymiarze regionalnym i lokalnym;
- 2) upowszechnianie korzyści płynących z członkostwa Polski w UE oraz z wykorzystania środków unijnych w perspektywie 2007-2013, w szczególności w ramach RPO WP.

B. Dla RPO WP 2014 – 2020:

Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020

Celem RPO WP 2014-2020 jest:

Wzmocnienie i efektywne wykorzystanie gospodarczych i społecznych potencjałów regionu dla zrównoważonego i inteligentnego rozwoju województwa

Cel nadrzędny SK RPO WP:

Komunikacja Funduszy Europejskich wspomaga wykorzystanie środków z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego dla realizacji celów rozwojowych regionu.

Cele szczegółowe Strategii komunikacji

1. Komunikacja Funduszy Europejskich aktywizuje mieszkańców województwa podkarpackiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach RPO WP.
2. Komunikacja Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim wspiera beneficjentów RPO WP w realizacji projektów.
3. Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa podkarpackiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich.
4. Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim.

Główny komunikat:

Fundusze Europejskie wspierają tych, którzy realizując dobre pomysły, zwiększają możliwości i poprawiają jakość życia mieszkańców województwa podkarpackiego.

2.3. Wyniki badań i analiz

- Badanie pn. „Ewaluacja działań informacyjno – promocyjnych podejmowanych w ramach RPO Województwa Podkarpackiego na lata 2007-2013”, okres realizacji: luty – czerwiec 2011 r.

Poniżej kilka tez/wniosków wynikających z ww. badania:

Porównując dane ilościowe odnoszące się do percepcji FE oraz RPO WP można stwierdzić, że RPO WP postrzegany jest przede wszystkim jako część wsparcia unijnego, którego wizerunek w społeczeństwie jest jednoznacznie pozytywny. Program operacyjny nie ma (dotyczy to zresztą każdego z programów, nie tylko RPO) potencjału tworzenia marki, przede wszystkim - jak zwracali uwagę eksperci - z uwagi na krótki okres trwania. Drugą kwestią jest mało przemawiająca do wyobraźni nazwa. Oznacza to, że działania mające na celu stworzenie marki RPO mogą okazać się nawet przeciwskuteczne, gdyż wprowadzą szum informacyjny do przekazu czytelnego dla ogółu mieszkańców. Znajomość RPO WP staje się naturalna w momencie podjęcia starania się o środki, powinna być zatem domeną wszystkich beneficjentów i potencjalnych beneficjentów, do których powinien być kierowany przekaz na ten temat.

Dla bezpośrednich konsumentów wsparcia podstawową funkcję informacyjną pełni przekaz internetowy (głównie strona www.rpo.podkarpackie.pl) oraz szkolenia i kontakt bezpośredni z pracownikami IZ odpowiedzialnymi za wdrażanie projektów. System przekazu informacji adresowany do tej kategorii odbiorców oceniany jest przez nich pozytywnie.

W przypadku przekazu kierowanego do ogółu mieszkańców za najważniejszy kanał informacji należy uznać telewizję. Na drugim miejscu zależnie od subregionu województwa sytuuje się prasa, internet lub radio.

Jakość obsługi klientów Punktów Informacyjnych należy ocenić wysoko.

Dobra współpraca z mediami zdecydowanie wyróżnia region na tle pozostałych. Jest to jeden z tańszych i równocześnie jeden ze skuteczniejszych sposobów działań informacyjno – promocyjnych. Organizowane przez IZ objazdy studyjne i szkolenia dla dziennikarzy pozwalają im zapoznać się z rezultatami wdrażania Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim (co pogłębia zrozumienie tematyki Funduszy Europejskich w tej grupie docelowej), z drugiej pozwalają uzyskać wiedzę dającą szansę pisania na te tematy w sposób czytelny i zrozumiały dla publiczności.

W okresie od 7 lipca do 20 października 2014 r. realizowane było badanie ewaluacyjne pn. „Ocena działań informacyjno-promocyjnych w ramach RPO WP 2007-2013”. Wykonawcą badania jest firma Agrotec Polska Sp. z o.o. Wnioski z badania będą wykorzystane przy opracowaniu strategii komunikacji programu.

Zasadniczo – sytuacja wyjściowa opisana w projekcie Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020 i zawarte w niej wnioski pokrywają się z analizami własnymi IZ RPO WP, opartymi na doświadczeniach realizacji zadań informacyjno-promocyjnych w perspektywie 2007-2013.

Mimo zdarzających się postaw pesymistycznych bądź roszczeniowych, w większości przypadków inwestycje UE budzą pozytywne skojarzenia, mieszkańcy dostrzegają zmiany w swoim otoczeniu, często podkreślając, że bez wsparcia unijnego wielu przedsięwzięć nie udało się zrealizować.

Dla podniesienia efektywności komunikacji, mającej na celu zwiększenie świadomości społeczeństwa nt. FE uzasadniona mogłaby okazać się większa aktywizacja mediów, przede wszystkim telewizji regionalnej, a następnie radia. Chodzi o działania bezkosztowe, wynikające z misji, jaką realizują media publiczne, np. informacje przekazywane przykładowo podczas bloków informacyjnych (m.in. o rozpoczynających się konkursach).

Dość często pojawiają się opinie o braku efektywności działań promocyjnych (imprezy plenerowe, gadzety). Należałoby zatem nie rezygnować z nich zupełnie, ale siłę ciężkości podejmowanych działań przesunąć w kierunku działań informacyjnych. Tu zasadniczą rolę powinna odegrać sieć PIFE, której wysoki potencjał mógłby zostać efektywniej wykorzystany.

Równocześnie, warto zaznaczyć, że bardzo dużym zainteresowaniem cieszyło się po raz pierwszy zorganizowane w 2014 r. wydarzenie promocyjne z emisją na antenie ogólnopolskiej, poprzedzone intensywną akcją promocyjną.

Istotna jest również większa aktywizacja beneficjentów w celu wzmocnienia przekazu na temat FE. Warto byłoby zobowiązać beneficjentów do współpracy z IZ - dotychczas często w grupie beneficjentów - przedsiębiorców zdarzały się odmowy współpracy, których powody były różnorakie (m.in. tajemnica handlowa, brak czasu, niechęć).

Konieczne jest również używanie czytelnego i powszechnie zrozumiałego języka.

Doskonałą koncepcją jest ujednolicenie architektury stron internetowych IZ.

3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2015

- a) Kampania zamykająca perspektywę 2007 – 2013 połączona z „Dniami Otwartymi Funduszy Europejskich” – ukierunkowana na prezentacje efektów wdrażania FE w perspektywie 2007-2013, przede wszystkim RPO WP.
- b) Kampania otwierająca perspektywę 2014 – 2020 – informacja o nowych możliwościach pozyskania funduszy UE
- c) Realizacja programów telewizyjnych i radiowych o charakterze informacyjnym i promocyjnym.
- d) Koncentracja na informowaniu potencjalnych beneficjentów o możliwościach dofinansowania i sposobach realizacji projektów - poprzez sieć PIFE, portal RPO WP oraz szkolenia.
- e) Materiały informacyjne – biuletyn informacyjny, materiały prasowe.
- f) Konferencja zamykająca perspektywę 2007 – 2013.
- g) Konferencja otwierająca perspektywę 2014 – 2020.

Wszystkie wymienione zadania stanowią niezbędne minimum w procesie informacji i promocji RPO WP. W zależności od potrzeb i postępu we wdrażaniu programu na lata 2014 – 2020 będą uszczegółowiane i uzupełniane o inne działania.

4. Ramowe wytyczne komunikacyjne na rok 2015

- 1) W I kwartale 2015 r. wszystkie komunikaty do grup docelowych powinny wpisywać się w komunikaty kampanii otwierającej perspektywę 2014 – 2020, realizowaną przez IK UP.
- 2) IZ RPO WP zapewnia koordynację działań informacyjnych i promocyjnych RPO WP 2014-2020.
- 3) IZ RPO WP nadzoruje wdrażanie Strategii komunikacji programu oraz nadzoruje działania IP (Wojewódzki Urząd Pracy w Rzeszowie).
- 4) IP konsultuje z IZ RPO WP kwestie z zakresu informacji i promocji wymagające rozstrzygnięć.
- 5) IZ organizuje grupę roboczą ds. informacji i promocji w ramach RPO WP.
- a) Celem działania grupy roboczej jest zapewnienie koordynacji działań informacyjnych i promocyjnych RPO WP 2014-2020, w tym wymiana doświadczeń i informacji.
- b) W skład grupy wchodzi przedstawiciele IZ RPO WP, IP oraz sieci PIFE.
- c) Członkowie grupy spotykają się raz w roku lub częściej, o ile jest to podyktowane uzasadnionymi potrzebami. Zasadniczo działanie grupy opiera się na kontaktach roboczych pomiędzy jej członkami.

Tabela 1 Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach RPO WP w roku 2015

Uwaga: działania wpisane kolorem czerwonym dotyczą perspektywy 2007-2013

NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA		INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
1. Koordynacja, w tym badania i ewaluacja, wymiana doświadczeń							
Udział w grupach	Działanie wspierające realizację strategii	IZ RPO WVP	Działanie polega na uczestnictwie w spotkaniach Grupy Sterującej ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich (MiIR).	IK UP/IZ RPO WP	Cały rok	0 zł	
Tłumaczenia dokumentów programowych	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu	Działanie obejmuje EWENTUALNE (w zależności od potrzeb i zaawansowania prac) zlecenie tłumaczenia dokumentów niezbędnych do wdrażania programu, jak również zatwierdzonego RPO WP 2014-2020. Profesjonalne tłumaczenie dokumentów jest znaczącym ułatwieniem w dalszych etapach prac nad realizacją programu, przede wszystkim dla pracowników zaangażowanych we wdrażanie programu, potencjalnych beneficjentów i beneficjentów programu.	IZ RPO WP	Cały rok	60 000 zł	
Spotkania informacyjno-promocyjne poza granicami kraju	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu	Działanie obejmuje udział pracowników systemu wdrażania RPO WP zarówno w spotkaniach o charakterze edukacyjnym, jak i informacyjno-promocyjnym, np. open days.	IZ RPO WP	Cały rok	30 000 zł	
Koordynacja działań informacyjnych i promocyjnych RPO WP	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu	Działanie obejmuje koordynację działań z zakresu informacji i promocji RPO WP (w tym współpraca i nadzór nad IP oraz współpraca z PIFE) oraz powołanie i pracę grupy roboczej ds. działań informacyjnych i promocyjnych RPO WP.	IZ RPO WP	Cały rok	0	
2. Działania informacyjne							
System informacji - sieć PIFE	Sieć PIFE w województwie podkarpackim prowadzona jest w ramach umowy o numerze DIP/BDG-II/POPT/53/14 z dnia 11.04.2014 r. zawartej między MiIR a Województwem Podkarpackim w ramach projektu pn. „System Informacji o Funduszach Europejskich”. W województwie funkcjonuje główny punkt w Rzeszowie i 5 punktów lokalnych w następujących miejscowościach: Mielec, Krosno, Przemyśl, Tarnobrzeg, Sanok. Szczegółowe plany realizacji tego działania na dany rok są przedstawione we wniosku o przyznanie dotacji celowej na 2015 r. Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z MiIR. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy.						

NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
Punkty kontaktowe	1,2	Potencjalni beneficjenci i beneficjenci	Wraz z rozpoczęciem procesu wdrażania RPO WP 2014 - 2020 zostaną uruchomione co najmniej 2 punkty kontaktowe – udzielające szczegółowych informacji dot. RPO WP. Planuje się utworzenie 1 punktu w siedzibie IP (Wojewódzki Urząd Pracy w Rzeszowie). Co najmniej 1 punkt będzie działał w siedzibie IZ RPO WP.	IZ RPO WP	Cały rok	-
Portale i serwisy internetowe	1,2,3,4	Ogół społeczeństwa, beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Prowadzenie portalu www.rpo.podkarpackie.pl , w tym nadzorowanie spójności architektury serwisu z portalem www.funduszeuropejskie.gov.pl , umieszczanie informacji, koordynacja i standaryzacja pracy redaktorów portalu	IZ RPO WP	Cały rok	100 000 zł
3. Działania edukacyjne						
Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów	1,2	Potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje organizację szkoleń dla potencjalnych beneficjentów. Zakłada się udział ok. 900 osób. (W 2015 r. – pierwszym roku wdrażania RPO WP zdecydowana większość uczestników szkoleń, to potencjalni beneficjenci).	IZ RPO WP	Cały rok	470 000 zł
Szkolenia dla beneficjentów	1,2	Beneficjenci	Działanie obejmuje organizację szkoleń dla beneficjentów. Zakłada się udział 100 osób.	IZ RPO WP	Cały rok	60 000 zł
Ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami			W informacjach dotyczących przedsięwzięć o charakterze informacyjnym/edukacyjnym zostanie umieszczony komunikat o możliwościach zgłoszenia potrzeb potencjalnych i faktycznych beneficjentów, wynikających z ich niepełnosprawności. W zależności od zgłoszonych potrzeb będzie możliwość np. zapewnienia tłumacza języka migowego, czy pomocy przy poruszaniu się. W wymaganiach, jakie powinni spełniać wykonawcy zadań informacyjnych i edukacyjnych, zostaną określone ułatwienia dla osób niepełnosprawnych, np. podrzady i windy w obiektach, w których realizowane będzie zadanie. Materiały informacyjno-promocyjne np. realizowane w ramach kampanii o szerokim zasięgu, w miarę możliwości i potrzeb IZ RPO WP będą np. zawierać wersje z tłumaczem języka migowego.	IZ RPO WP	Cały rok	-
4. Działania promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w internecie						
Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)	1,2,3,4	Ogół społeczeństwa, beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje współpracę IZ RPO WP z nadawcami telewizyjnymi przy produkcji i emisji jednorazowych lub cyklicznych programów telewizyjnych o charakterze promocyjnym i informacyjnym w różnorodnych formach, takich jak np. reportaże, debaty, felietony, konkursy, programy edukacyjne. Na tym etapie trudno o wskazanie tematyki audycji – prawdopodobnie będzie to informacja o nowych możliwościach finansowania projektów przez przyzmat inwestycji już zrealizowanych w ramach RPO WP 2007-2013.	IZ RPO WP	Cały rok	170 000 zł

NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
Radio (audycje sponsorowane, reklamy)	1,2,3,4	Ogół społeczeństwa, beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje współpracę IZ RPO WP z nadawcami radiowymi przy produkcji i emisji jednorazowych lub cyklicznych programów radiowych o charakterze promocyjnym i informacyjnym w różnorodnych formach, takich jak np. reportaże, sondy reporterskie, dyskusje, konkursy, serwisy informacyjne, programy edukacyjne. Na tym etapie trudno o wskazanie tematyki audycji – prawdopodobnie będzie to informacja o nowych możliwościach finansowania projektów przez przyzmat inwestycji już zrealizowanych w ramach RPO WP 2007-2013.	IZ RPO WP	Cały rok	140 000 zł
Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)	1,2,3,4	Ogół społeczeństwa, beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje współpracę IZ RPO WP w zakresie przygotowania i publikacji materiałów prasowych o charakterze informacyjnym, promocyjnym lub poradnikowym w prasie. Na tym etapie trudno o wskazanie tematyki publikacji – prawdopodobnie będzie to informacja o nowych możliwościach finansowania projektów przez przyzmat inwestycji już zrealizowanych w ramach RPO WP 2007-2013.	IZ RPO WP	Cały rok	180 000 zł
			Kampania o szerokim zasięgu dotycząca perspektywy 2007 – 2013, połączona z DNIA MI OTWARTYMI FE – szczegóły w tab. 4	IZ RPO WP	I półrocze	370 000 zł
			Kampania o szerokim zasięgu dotycząca perspektywy 2014 – 2020 – szczegóły w tab. 5	IZ RPO WP	II półrocze	450 000 zł
5. Imprezy otwarte i inne						
Eventy, pikniki, festyny	1,2,3,4	Ogół społeczeństw a	Działanie obejmuje promocję RPO WP oraz Funduszy Europejskich poprzez organizację imprez plenerowych/eventów na terenie województwa. Wszystkie imprezy plenerowe/eventy/pikniki realizowane do tej pory przez IZ RPO WP, organizowane były z udziałem beneficjentów FE, którzy mogli nie tylko zapromować swój projekt, ale również pokazać, jakie efekty dla nich samych oraz danej społeczności, przyniosła realizacja projektu ze środków unijnych. Imprezy plenerowe/eventy, podczas których ukazywane są efekty realizacji projektów współfinansowanych z FE, pokazują „zwykłemu” mieszkańcomi województwa – uczestnikom danego wydarzenia, jakie korzyści z projektu, ma nie tylko beneficjent realizujący dany projekt, ale również on sam. Mieszkańcy województwa patrzą na środki unijne z perspektywy własnych korzyści. Dotyczy to nie tylko RPO WP, ale wszystkich FE. Podobnie kształtują się potrzeby informacyjne, w których mieszkańcy oczekują informacji o tym, jakie korzyści uzyskają bezpośrednio oni sami. Podczas organizowanych imprez czy eventów mieszkańcy województwa otrzymują kompleksową informację na temat wybranych projektów i beneficjentów. Ponadto promowane są projekty – przykłady dobrych praktyk realizowanych w województwie. Aby przyciągnąć jak największą grupę osób na organizowane wydarzenia, każdą imprezę/event poprzedza promocja, np. spoty radiowe, plakaty czy bannery internetowe. W ciągu roku planowane jest zorganizowanie max. 3 imprezy plenerowe/eventy promocyjne w mniejszych	IZ RPO WP	maj- listopad	400 000 zł

NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
			miejscowościach niż miasto Rzeszów, np. na terenie działania Lokalnych Punktów Informacyjnych, gdyż zainteresowanie działaniami promocyjnymi jest tam zdecydowanie wyższe niż w dużych miastach województwa.			
Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy itp.	1,2,3	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, odbiorcy rezultatów, liderzy zmian, media	Działanie obejmuje organizację konferencji prasowych, spotkań roboczych, spotkań o charakterze informacyjno-promocyjnym.	IZ RPO WP	Cały rok	150 000 zł
Konferencje		Potencjalni i faktyczni beneficjenci, media lokalne i regionalne	Działanie obejmuje organizację konferencji poświęconej zamknięciu/podsumowaniu perspektywy finansowej 2007-2023	IZ RPO WP	I półr.	30 000 zł
	1,2	Potencjalni beneficjenci, media	Działanie obejmuje m.in. organizację konferencji poświęconej otwarciu perspektywy finansowej 2014 – 2020. Konferencja będzie poświęcona nowym możliwościom finansowania projektów na poziomie regionalnym, stanowi prac nad RPO WP 2014-2020 itp.. Zakłada się udział w konferencji ok. 200 osób.	IZ RPO WP	II półr.	70 000 zł
6. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych						
Publikacje (drukowane i elektroniczne)	1,2,3,4	Ogół społeczeństwa, beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje publikację, m.in. biuletynu informacyjnego, będącego kontynuacją publikacji wydawanej regularnie w latach 2010 - 2014 r. Biuletyn jest rozsyłany do potencjalnych i faktycznych beneficjentów oraz dystrybuowany podczas szkoleń, konferencji, eventów oraz w punktach PIFE. Mimo iż zasadniczym źródłem informacji o RPO WP jest strona internetowa, biuletyn cieszy się dużym zainteresowaniem. Poruszane są w nim zagadnienia, przydatne zarówno beneficjentom (potencjalnym i faktycznym), jak i „opinii publicznej”. Prezentowane materiały mają charakter zupełnie odmienny od treści, które można znaleźć na stronach internetowych. Każdy numer zawiera „wkładkę” w postaci drobnego materiału promocyjnego. Założona kwota jest oszacowana na podstawie kosztów publikacji z lat ubiegłych.	IZ RPO WP	Cały rok	120 000 zł
Materiały promocyjne typu gadżety	4	Ogół społeczeństwa	Działanie polega na zakupie i dystrybucji materiałów promujących RPO WP. Materiały dystrybuowane są podczas szkoleń (długopisy, zeszyty, teczki), konferencji, eventów, konkursów. Działanie obejmuje również zakup materiałów brandingowych i wystawienniczych, np. rollupy, ścianki.	IZ RPO WP	Cały rok	200 000 zł

NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
		Ogół społeczeństwa	Działanie obejmuje zakup kalendarzy informacyjno – promocyjnych RPO WP na 2015 rok (kalendarze zostały zlecone do realizacji z projektu w 2014 r., jednakże z powodu dwumiesięcznego opóźnienia w dostawie – dostawa nastąpiła 31 grudnia 2014 r. – zapłata za wykonane materiały zostanie sfinansowana z projektu w 2015 r.)	IZ RPO WP	I pół.	50 000 zł
inne	Działanie wspierające realizację strategii	IZ RPO/institucji e systemu	Zlecony zostanie monitoring mediów, obejmujący wiadomości z prasy, telewizji, radia oraz źródeł internetowych na tematy związane z FE w regionie, w szczególności RPO WP.	IZ RPO WP	Cały rok	40 000 zł
ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU					3 090 000 zł	(z czego : 450 000 zł - dot. 2007-2013 2 640 000 zł - dot. 2014 – 2020)

5. Wskaźniki realizacji celów

A. Dla RPO WP 2007 – 2013:

Tabela 2. Wskaźniki realizacji wskaźniki dla wybranych działań informacyjnych, promocyjnych podejmowanych w ramach RPO WP na lata 2007-2013 w 2015 r.

Obszar/działanie	Nazwa wskaźnika	Wartość docelowa
Konferencje, spotkania instruktażowe, szkolenia, warsztaty, prezentacje	Liczba zorganizowanych spotkań dla potencjalnych i faktycznych beneficjentów (Uwaga: zorganizowana zostanie konferencja zamykająca perspektywę 2007-2013)	1
	Liczba osób uczestniczących w organizowanych spotkaniach	250
Kampanie informacyjno – promocyjne	Liczba kampanii	1
	Liczba potencjalnych odbiorców organizowanych kampanii promocyjno - informacyjnych	150 000

B. Dla RPO WP 2014 - 2020

UWAGA: WSKAŹNIKI ZAMIESZCZONE W TABELI PONIŻEJ POWINNY BYĆ TOŻSAME ZE WSKAŹNIKAMI ZAMIESZCZONYMI W STRATEGII KOMUNIKACJI PO/ RPO

Tabela 3. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji RPO WP w roku 2015

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2015	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2016	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2017	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2018	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2019	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2020	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2021	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2022	Wartość docelowa na rok 2023
Cel 1	Liczba odwiedzin portalu internetowego RPO WP	0	1 500 000								
	Znajomość w województwie podkarpackim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich	0	dane z MIR								
	Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w województwie podkarpackim w ramach programu	0	950								
	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego	0	dane z MIR								
Cel 2	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa podkarpackiego dot. realizacji projektów	0	dane z MIR								
	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w województwie podkarpackim	0	100								
Cel 3	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu	0	1								
	Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” w województwie	0	dane z MIR								

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2015	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2016	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2017	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2018	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2019	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2020	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2021	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2022	Wartość docelowa na rok 2023
	podkarpackim										
	Znajomość celów, obszarów lub działań, na które przeznaczane są FE w województwie podkarpackim.	0	dane z MiIR								
	Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców województwa podkarpackiego	0	dane z MiIR								
Cel 4	Odsetek mieszkańców dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa podkarpackiego	0	dane z MiR								
	Odsetek mieszkańców województwa podkarpackiego uważających, że osobiście korzystają oni z FE	0	dane z MiR								

6. Szczegółowy opis działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu

A. Dla RPO WP 2007 – 2013:

Tabela 4. Szczegółowy opis działania „kampania promocyjna o szerokim zasięgu”

1. Organizator	IZ RPO WP	
2. Przedmiot działania	Regionalny Program Operacyjny Województwa Podkarpackiego na lata 2007-2013	
3. Typ działania	Kampania promocyjna m.in. w regionalnych stacjach telewizyjnych, radiowych, prasie, internecie oraz z wykorzystaniem outdooru	
4. Cel działania	Celem kampanii jest powtórzenie i utrwalenie komunikatu emitowanego podczas działań prowadzonych w latach 2010-2014 r., czyli poinformowanie społeczeństwa województwa podkarpackiego o korzyściach płynących z efektów wsparcia w ramach RPO WP, a także zasygnalizowanie, że w przyszłości będzie możliwy dalszy rozwój regionu poprzez wykorzystanie kolejnej puli środków UE.	
5. Opis działania	Co?	Kampania promocyjna nt. RPO WP (działania medialne oraz outdoorowe) połączona z tzw. Dniami Otwartymi Funduszy Europejskich, zorganizowanymi u wybranych beneficjentów FE.
	Do kogo?	Ogół społeczeństwa, potencjalni i faktyczni beneficjenci, młodzież, odbiorcy rezultatów.
	Gdzie?	Zasięg: województwo podkarpackie
	Jak?	Reklama m.in. w lokalnych i regionalnych stacjach telewizyjnych, radiowych, portalach internetowych i z wykorzystaniem outdooru
	Jak intensywnie?	W okresie kwiecień -maj 2015 r. zostanie przeprowadzona 1 duża kampania promocyjna o zasięgu regionalnym.
	Kluczowe elementy kreatywne	Zostaną zaproponowane przez wykonawcę wyłonionego zgodnie z przepisami prawa zamówień publicznych
6. Czas trwania działania	kwiecień - maj 2015 r.	
7. Koszt działania	370 000,00 PLN	
8. Zasoby pozafinansowe	-	
9. Status projektu	w trakcie planowania	
10. Osoba kontaktowa	Wioletta Rejman, tel. (017) 747 64 86	
11. Załączniki	-	

B. Dla RPO WP 2014 – 2020:

Tabela 5. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania	IZ RPO WP	
2. Nazwa działania	Kampania o szerokim zasięgu, poświęcona będzie przede wszystkim promocji źródeł informacji o FE ze szczególnym uwzględnieniem RPO WP (w tym promocji nowej strony internetowej, jej nowego adresu), naborach wniosków w ramach Programu, możliwościach finansowania projektów z RPO WP oraz nowo powstałe punkty informacyjne (wynika to głównie z faktu, że pojawiły się dwie nowe lokalizacje Lokalnych Punktów Informacyjnych w Mielcu i Sanoku, o czym beneficjenci nie są jeszcze dokładnie poinformowani).	
3. Główny komunikat	Dowiedz się więcej o Funduszach Europejskich w regionie. Bezpłatna informacja jest łatwo dostępna – nie jest to hasło kampanii, ale jedynie pewna idea, która stoi za kampanią, pewne streszczenie tego co w ramach kampanii IZ RPO WP będzie planowało zrobić. Hasło kampanii czy też główny komunikat zostaną sformułowane dopiero na etapie realizacji zapisów kampanii oraz wyłonienia firmy zewnętrznej, której zadaniem będzie kompleksowa realizacji kampanii według wcześniej przedstawionej koncepcji.	
4. Planowane rezultaty (co zostanie osiągnięte)	Wzrost liczby osób korzystających z sieci PIFE w woj. podkarpackim. Upowszechnienie korzyści płynących z wykorzystania FE. Promocja Programu jako najważniejszego narzędzia, które ma wzmocnić i efektywnie wykorzystać gospodarczy i społeczny potencjał regionu dla rozwoju województwa.	
5. Opis działania		
a) Skrótowy opis działania	Kampania będzie uzupełniać kampanię IK UP . Kampania ma na celu promocję źródeł informacji o FE, ze szczególnym uwzględnieniem RPO WP	
b) Grupa docelowa	Kampania jest adresowana do mieszkańców województwa podkarpackiego, ze szczególnym uwzględnieniem potencjalnych beneficjentów.	
c) Zasięg terytorialny działania	województwo podkarpackie	
d) Narzędzia oraz szczegółowy budżet	Telewizja (produkcja reklamy i zakup emisji)	200 000 PLN
	Radio (produkcja reklamy i zakup emisji)	50 000 PLN
	Prasa (zakup powierzchni reklamowej)	50 000 PLN
	Internet (portale, media społecznościowe, publikacje w internecie) - reklama	50 000 PLN
	Inne- przygotowanie i realizacja koncepcji kreatywnej kampanii	100 000 PLN
	BUDŻET ŁĄCZNIE	ok. 450 000 PLN
e) Termin realizacji	Wpisujący się w ramy kampanii IK NSRO/IK UP	
f) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	Ostateczny dobór narzędzi komunikacji zostanie określony po przeprowadzonym postępowaniu przetargowym. Poziom estymowanych wskaźników zostanie określony w dokumentach przetargowych i zrealizowany przez wykonawcę zewnętrznego, zgodnie z proponowanym media planem.	
6. Uzasadnienie działania	<p>Podejmowane w ramach kampanii działania realizują cele: 1 i 4.</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z gr. docelową programu Kampania skierowana jest przede wszystkim do potencjalnych beneficjentów RPO WP✓ Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji Kampania będzie prowadzona poprzez media regionalne/lokalne, na terenie województwa.✓ Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej Media regionalne są najwłaściwszym kanałem dotarcia do społeczeństwa	

	<p>województwa podkarpackiego.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej Dobór narzędzi reklamowych oraz sposób zakupu czasu antenowego / powierzchni reklamowej zostanie dopasowany do grupy docelowej, zgodnie z zasadami planowania mediów, przy ich doborze będzie brana pod uwagę ww. zasada. ✓ Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego Wybrane narzędzia komunikacji oraz komunikaty pomagają przejść do następnego etapu komunikacji – skorzystania z usług z PIFE lub wejścia na stronę www.rpo.podkarpackie.pl. ✓ Zasada uzupełniania się komunikatów Poprzez realizację na terenie regionu i w mediach regionalnych kampania będzie będzie uzupełniać komunikat kampanii IK UP, nie wprowadzając szumu informacyjnego.
7. Osoba do kontaktu	<p>Imię i nazwisko: Wioletta Rejman</p> <p>Numer telefonu: 17 747 64 86</p> <p>Adres mailowy: w.rejman@podkarpackie.pl</p>


WICEMARSZAŁKA WOJEWÓDZTWA
Maria Kurowska