

Załącznik do Uchwały Nr 342/6737/21  
Zarządu Województwa Podkarpackiego  
w Rzeszowie z dnia 7 grudnia 2021 r.

**Roczny plan działań  
informacyjnych i promocyjnych  
Instytucji Zarządzającej Regionalnym Programem Operacyjnym  
Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020  
na 2022 rok**



Rzeczpospolita  
Polska



Unia Europejska  
Europejskie Fundusze  
Strukturalne i Inwestycyjne



## Spis treści

1. Wstęp.....	3
2. Podstawy opracowania Roczego planu działań .....	3
2.1. Kluczowe dokumenty .....	3
2.2. Cel strategiczny Programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji RPO WP na lata 2014-2020 .....	3
2.3. Wyniki badań i analiz .....	4
3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2020 .....	7
4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2020 .....	9
5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji .....	26
6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu....	28

## 1. Wstęp

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych dla *Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020* (zwany dalej Rocznym planem działań, w skrócie RPD) jest dokumentem o charakterze operacyjnym, przygotowanym przez IZ RPO WP, na potrzeby realizacji w 2022 r. zapisów ww. *Strategii komunikacji*.

Dokument określa podstawy i sposoby realizacji zadań informacyjnych i promocyjnych, poświęconych Regionalnemu Programowi Operacyjnemu Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020, wymienia i opisuje najważniejsze działania komunikacyjne prowadzone przez IZ RPO WP oraz IP, ich cele, ramy czasowe oraz szacunkowy budżet.

Dane kontaktowe do podmiotu odpowiedzialnego za sporządzenie RPD:

*Departament Promocji Turystyki i Współpracy Gospodarczej*

*Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego*

*Al. Łukasza Cieplińskiego 4*

*35-010 Rzeszów*

*e-mail: [pg@podkarpackie.pl](mailto:pg@podkarpackie.pl)*

*tel. 17 747 66 00*

*osoba do kontaktu: Joanna Skrzypek*

*e-mail: [j.skrzypek@podkarpackie.pl](mailto:j.skrzypek@podkarpackie.pl)*

*tel. 17 773 60 61*

## 2. Podstawy opracowania Roczego planu działań

### 2.1. Kluczowe dokumenty

- 1) Wytyczne w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014 -2020
- 2) Strategia komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020
- 3) Strategia komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020

### 2.2. Cel strategiczny Programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji RPO WP 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 Strategii Komunikacji 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 rozpoznawalności i wiedzy o Funduszach Europejskich w społeczeństwie polskim. Raport dla Województwa Podkarpackiego. Edycja 2020*

Z przeprowadzonego badania wynika, że:

- Zdecydowana większość mieszkańców Podkarpacia popiera członkostwo Polski w Unii Europejskiej (85%+). Poparcie to jest istotnie wyższe niż średnia ogólnopolska, która wynosi 75%. W porównaniu z deklaracjami z 2018 r. na poziomie województwa zaobserwowano wzrost o 2 p.p. (z 83%).
- Mieszkańcy regionu do najważniejszych korzyści, jakie uzyskała Polska ze wstąpienia do Unii Europejskiej zaliczają: dostęp do FE (51%+), możliwość pracy za granicą i łatwego przemieszczania się pomiędzy krajami (49%) oraz poprawę i rozbudowę infrastruktury (34%).
- Rozpoznawalność określenia Fundusze Europejskie i Fundusze Unijne wynosi (98%) i utrzymuje się na podobnym poziomie wśród mieszkańców regionu w stosunku do poprzednich edycji badań z lat 2018 (95%), 2016 (94%) i 2014 (90%).
- Pod pojęciem Funduszy Europejskich lub Unijnych mieszkańcy Podkarpacia rozumieją ogólną pomoc finansową, jaka jest przyznawana na rozwój Polski (46%-), pomoc finansową i dotacje, które są skierowane pod określony projekt (32%+).
- Średni subiektywny poziom swojej wiedzy na temat FE mieszkańcy regionu oceniają na 2,63 pkt. (w skali 6 stopniowej, gdzie 1 oznacza – nie wiem o nich prawie nic, a 6 oznacza wiem o nich bardzo dużo), czyli nieco niżej niż średnia dla Polski wynosząca 2,7 pkt. Warto wspomnieć, że mieszkańcy Podkarpacia częściej niż pozostałych regionów przyznają, że nie wiedzą prawie nic o FE (20% w stosunku do 17% dla Polski).
- Mieszkańcy Podkarpacia rzadziej niż mieszkańcy pozostałych województw interesują się tematyką związaną z FE (39% w stosunku do 42% dla Polski). Odsetek ten zmalał o 13 p.p. w stosunku do deklaracji z 2016 roku. Największym zainteresowaniem cieszą się tematy dotyczące tego, na co przeznaczane są środki unijne (61%), kto może ubiegać się o dofinansowanie (60%+) a także, w jaki sposób można się o nie ubiegać (50%+).
- Zdaniem większości mieszkańców Podkarpacia, Fundusze Europejskie są dobrze wykorzystywane (75%+). Zaledwie 6%- jest przeciwnego zdania.
- Zdaniem badanych, dzięki Funduszom Europejskim najbardziej zyskali przedsiębiorcy (34%) i rolnicy (31%-). Co dziewiąty respondent wskazał na samorządy (11%+).
- Według zdecydowanej większości badanych, Fundusze Europejskie przyczyniają się do rozwoju Polski (93%+). Odsetek ten wzrósł o 5 p.p. w stosunku do deklaracji z 2016 roku i o 2 p.p. w stosunku do 2018 r.
- Wśród działań, na które przeznaczane są środki unijne najczęściej wymieniane są te związane z funduszami przeznaczanymi na infrastrukturę drogową (48%+), rolnictwo (34%)

oraz infrastrukturę edukacyjną (20%). Co dwunasta osoba nie była w stanie przytoczyć żadnego obszaru wykorzystywania środków z FE w Polsce (8%-).

- Ponad połowa badanych wie, że w ramach Funduszy Europejskich są środki przeznaczone wyłącznie dla ich województwa (65%+).
- Mieszkańcy Podkarpacia podzielają opinię, że FE przyczyniają się do rozwoju ich regionu - takiego zdania jest 92%+ badanych. Odsetek odpowiedzi przychylających się do tego stanowiska utrzymuje się na podobnym poziomie, co w poprzednich latach (2016 r.: 89% i 2018 r.: 93%).
- Wśród działań, na które przeznaczane są środki unijne w województwie respondenci również wymieniają infrastrukturę drogową (58%+, istotnie rzadziej niż w 2018 r., gdzie wskaźnik kształtował się na poziomie 65%+), infrastrukturę edukacyjną (12%-), dopłaty indywidualne (11%). Respondenci istotnie rzadziej niż w poprzedniej edycji badania wymieniali dopłaty dla rolników (14%, w stosunku do 29% w 2018 r.). Częściej niż w 2018 r. badani nie potrafili wskazać żadnego obszaru działań, na które przeznaczane są środki z FE w regionie (15%-, 6 p.p. więcej niż w 2018 r.), ale rzadziej niż w 2016 r. (5 p.p. mniej niż w 2016 r.).
- Odsetek mieszkańców województwa znających co najmniej trzy przykładowe cele, obszary lub działania, na które przeznaczane są FE w województwie w ramach polityki spójności wynosi 17%, co jest wartością istotnie niższą niż osiągnięta w poprzednich edycjach badania, gdzie oscylowała między 45% (2014 r. ) a 26% w 2016 r.
- Odsetek osób, którzy zauważają poprawę jakości życia dzięki wykorzystaniu środków unijnych spadł o 2 p.p. w stosunku do roku 2018 i wynosi obecnie 91%+. Dostrzeganie zmian w najbliższym otoczeniu kształtuje się obecnie na poziomie 78%. Jest to nieznaczny spadek w porównaniu do lat ubiegłych: 2018 (80%), 2016 (81%) i 2014 (80%).
- Wśród zauważalnych zmian pojawiły się: budowa nowej infrastruktury drogowej (47%+), poprawa stanu dróg i kolei (34%+), a także budowa oraz rozbudowa sieci, połączeń komunikacyjnych (10%).
- Na pytanie o to, co umożliwiają fundusze unijne, mieszkańcy podkarpackiego wskazywali na: różnego rodzaju udogodnienia (15%+), lepsze życie (14%), wygodniejsze podróże (11%+). 16%- badanych nie potrafiło odpowiedzieć na tak zadane pytanie.
- Istotnie wzrósł odsetek osób, które uważają, że osobiście korzystają z FE (73%+ w stosunku do 67% w 2018 r.). Badani z podkarpackiego deklarują, że korzystają przede wszystkim z nowej infrastruktury drogowej (69%+). Jedynie 7%- mieszkańców nie było w stanie wskazać korzyści jakie odnoszą dzięki FE.
- Dwóch na pięciu badanych (40%) zna osobę, która skorzystała z FE lub ze zmian, jakie dzięki nim zachodzą. Korzyści te dotyczą głównie wsparcia dla przedsiębiorczości (47%), dopłat dla rolników (30%), oraz różnego rodzaju szkoleń (12%).
- Mieszkańcy podkarpackiego porównywalnie często do innych regionów w Polsce uczestniczą w przedsięwzięciach/szkoleniach finansowanych z FE (15%). Odsetek ten wzrósł o 4 p.p. w stosunku do roku 2018 i 2016.
- Według mieszkańców województwa podkarpackiego środki finansowe na walkę z rozprzestrzenianiem się koronawirusa w Polsce pochodzą głównie ze środków krajowych lub regionalnych (45%+). Natomiast 27%- respondentów wskazało, że budżet przeznaczony na walkę z pandemią pochodzi zarówno ze środków unijnych jak i krajowych, a 1% badanych wskazało wyłącznie na środki unijne. 26%+ badanych nie potrafiło jednoznacznie stwierdzić, jakie są źródła finansowania. Wśród działań finansowanych ze środków unijnych, związanych ze wsparciem podczas walki z koronawirusem wymieniono: zakup środków medycznych, tj. sprzętu medycznego i maseczek (51%), zakup testów diagnozujących koronawirusa (42%) oraz pomoc w nabyciu środków medycznych (35%-). Co szósta osoba nie potrafiła wymienić działań związanych z walką z pandemią (16%).
- Mieszkańcy Podkarpacia wskazują, że środki finansowe przeznaczone na walkę z skutkami gospodarczymi pandemii w Polsce pochodzą ze środków krajowych bądź regionalnych (42%+) albo unijnych i krajowych (28%-). 2% respondentów wskazało, że środki te pochodzą wyłącznie z budżetu Unii Europejskiej. Co czwarty mieszkaniec Podkarpacia (27%) nie potrafił jednoznacznie określić pochodzenia tych funduszy. Prawie połowa respondentów (45%) wskazała, że środki unijne przeznaczono głównie na wsparcie szpitali i działań związanych z

COVID-19, tj. zakup maseczek, respiratorów i szczepionek. Mieszkańcy podkarpackiego słyszeli również o pomocy finansowej dla firm (29%).

- Aż 71% badanych pozytywnie ocenia wpływ środków unijnych na walkę z rozprzestrzenianiem się COVID-19 w Polsce. Mieszkańcy Podkarpacia w większości dobrze oceniają wpływ tych środków na złagodzenie skutków gospodarczych wywołanych przez pandemię koronawirusa (78%+).
- Dziewięć osób, które obecnie są beneficjentami projektu finansowanego ze środków unijnych raczej dobrze oceniają ułatwienia w prowadzeniu projektów wprowadzone w związku z pandemią COVID-19 (87%).
- Odsetek mieszkańców Podkarpacia znających co najmniej trzy przykładowe grupy potencjalnych beneficjentów FE w ramach polityki spójności wyniósł 50% - istotnie więcej niż w pomiarze z 2014 roku (37%) i z 2016 roku (24%).
- 47% respondentów wie, że może ubiegać się o środki z FE. Doświadczenia związane z ubieganiem się o środki unijne posiada 7% badanych. W grupie tej, 60% osób jest skorych promować ubieganie się o FE wśród swoich znajomych. Proces ubiegania się o środki unijne został oceniony pozytywnie przez 64% badanych. Osoby starając się o dofinansowanie pragnęły je przeznaczyć na otwarcie działalności gospodarczej (20%) oraz na szkolenia i edukację (11%).
- Zmalał odsetek osób, które zamierzają się ubiegać o wsparcie z FE (z 13% w 2018 r. do 10% w 2020 r.). Wśród głównych powodów nieubiegania się o dofinansowanie respondenci wymieniają brak takiej potrzeby i zainteresowania (25%), ze względu na wiek (18%) i brak uprawnień (10%).
- W województwie podkarpackim odsetek osób rozpoznających logotyp Funduszy Europejskich wyniósł 54%- i utrzymywał się na podobnym poziomie w poprzednich latach. Osoby, które widziały logo, najczęściej miały z nim kontakt na tablicach informacyjnych (43%+), w telewizji (18%) oraz w urzędach (11%-). Co jedenasty respondent nie pamiętał w jakim miejscu zauważył znak FE(9%-).
- Co trzeci badany (37%) słyszał o Punktach Informacyjnych Funduszy Europejskich, a dwóch na pięciu (40%) słyszało o Portalu Funduszy Europejskich. W stosunku do 2018 roku istotnie wzrósł odsetek osób, które nie słyszały o PIFE (61%+ w stosunku 41% z 2018 r.), a także osób, które nie słyszały o stronie internetowej [www.funduszeuropejskie.gov.pl](http://www.funduszeuropejskie.gov.pl) (59%+ w stosunku do 52% w 2018 r. ).
- Zaledwie 23%+ badanych zetknęło się wcześniej z reklamą, programem, artykułem informacjami o FE (istotnie więcej niż mieszkańcy pozostałych województw, gdzie odsetek ten wynosi 17%). Z informacjami o funduszach mieszkańcy Podkarpacia najczęściej spotykają się w telewizji (67%+).
- Co druga osoba przyznała, że informacja, z którą mieli kontakt zwiększyła ich zainteresowanie FE (48%), 40%+ z kolei uznało, że nie wpłynęła ona na zwiększenie zainteresowania.
- 12%- mieszkańców Podkarpacia spotyka się z informacjami o FE umiarkowanie często, 67% osób ma z nimi rzadki kontakt. Osoby, które często spotykają się z informacjami o FE (14%+), przyznają, że są one przekazywane zrozumiałym językiem (88%), są również oceniane jako wiarygodne (92%).
- Chcąc dowiedzieć się więcej o funduszach mieszkańcy podkarpackiego deklarują, że poszukiwaliby tych informacji w Internecie (38%). 35%- osób nie zamierza szukać informacji o Funduszach Europejskich.
- Istotnie więcej respondentów z Podkarpacia (49%+) w porównaniu do obywateli kraju (39%) jest przekonana, że Polska od 2021 będzie mogła również korzystać z funduszy.
- Mieszkańcy województwa podkarpackiego porównywalnie często co pozostałych województw wcale nie czytają ogólnopolskich dzienników i innych gazet codziennych (71%). Czytelnicy dzienników i gazet codziennych (29%) chętniej sięgają po wersje papierowe (73%) tych gazet. Zaledwie 7%- respondentów czyta wersje elektroniczne.
- Mieszkańcy podkarpackiego, rzadziej niż pozostali respondenci słuchają radia (76%- w stosunku do 84% Polaków). Wśród najczęściej wymienianych stacji radiowych pojawiły się: RMF FM (55%+), Radio Zet (29%-) oraz regionalne stacje radiowe (25%+).

- Podobnie jak w przypadku mieszkańców pozostałych regionów, w województwie podkarpackim większość osób ogląda telewizję codziennie lub prawie codziennie (86% podkarpackie vs. 88% Polska). Do najpopularniejszych kanałów telewizyjnych należą Polsat (70%), TVP 1 (69%+), TVP 2 (68%+) oraz TVN (62%-).
- 58%- badanych codziennie lub prawie codziennie korzysta z Internetu, odwiedzając najczęściej następujące strony internetowe: google.pl (71%), facebook.pl (56%-) oraz youtube.pl (31%-).
- 46%- osób posiada konto na portalu społecznościowym, z czego aż 70%- osób odwiedza je codziennie lub prawie codziennie. Do najpopularniejszych serwisów społecznościowych w regionie należą: facebook.pl (99%+), Instagram (25%) oraz Nasz Klasa (17%+). 9% badanych obserwuje osoby, które posiadają konto na portalu społecznościowym lub prowadzą bloga/vloga/konto na YouTube.

### 3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2022

#### Działania bezkosztowe / niskobudżetowe

1. Bieżące tworzenie i aktualizowanie baz zrealizowanych i realizowanych projektów tzw. dobrych praktyk i śledzenie rezultatów ich wdrażania (również po zakończeniu realizacji projektu), promowanie ich i wykorzystywanie m.in. w kontaktach z mediami. Do bazy powinny być dołączone materiały promocyjne typu zdjęcia, filmy, prezentacje, nagrania, wypowiedzi itp., dokumentujące realizację projektu. Niezbędnym wymogiem jest uzyskanie zgód od uczestników (lub ich opiekunów prawnych) na wykorzystywanie przez IKUP/IZ/IP/IW materiałów do promocji projektów/programów współfinansowanych z FE.
2. Stała i konsekwentna bezpłatna współpraca z mediami oparta na inicjowaniu zainteresowania dziennikarzy tematyką programową.
3. Cykliczne przekazywanie informacji do IK UP na temat uroczystości i innych inicjatyw własnych lub beneficjentów związanych z podpisywaniem umów, otwarciem/oddaniem do użytku projektów lub jego ważnych etapów, itp.
4. Współpraca z IK UP przy przygotowywaniu i promowaniu informacji dotyczących konkursów oraz promocji projektów.

#### Działania bezkosztowe/niskobudżetowe:

1. Stała, intensywna, współpraca z mediami oparta na aktywnym udostępnianiu interesujących dla mediów treści (np. atrakcyjne notatki prasowe nt. działań i konkursów, prezentacje projektów beneficjentów i korzyści z nich płynących dla mieszkańców).
2. Krótkie, merytoryczne konferencje prasowe (również on-line) na bieżące istotne tematy wraz z sesją pytań i odpowiedzi.
3. Bieżące tworzenie i aktualizowanie baz zrealizowanych i realizowanych projektów tzw. dobrych praktyk i śledzenie rezultatów ich wdrażania (również po zakończeniu realizacji projektu), promowanie ich i wykorzystywanie m.in. w kontaktach z mediami. Do bazy dołączane będą np. zdjęcia, filmy, prezentacje, nagrania, wypowiedzi itp., dokumentujące realizację projektu.
4. Korzystanie z narzędzi marketingu bezpośredniego (e-maile, telefon) tam, gdzie można zidentyfikować lub są zidentyfikowani potencjalni beneficjenci, beneficjenci i w razie potrzeby potencjalni uczestnicy projektów.
5. Tworzenie baz danych potencjalnych beneficjentów i beneficjentów Programu, m.in. na potrzeby działań bezpośrednich.

6. Zaangażowanie beneficjentów w działania promujące efekty Polityki Spójności, zachęcanie beneficjentów do bycia „ambasadorami FE”.
7. Stałe aktualizowanie treści na własnych stronach internetowych (w tym umieszczenie przykładów projektów zrealizowanych bądź w trakcie realizacji, także w języku angielskim, aktualizacja harmonogramów i ogłoszeń o konkursach) oraz na Portalu Funduszy Europejskich i Mapie Dotacji UE.
8. Wykorzystywanie mediów społecznościowych do efektywnego dotarcia do wyselekcjonowanych grup docelowych RPO (aktywne moderowanie kanałów mediów społecznościowych - zaangażowanie w komentowanie, udostępnianie, w celu generowania interakcji i przyciągnięcia jak największej liczby fanów profilu).
9. Współpraca z siecią PIFE i realizacja wspólnych przedsięwzięć informacyjno-edukacyjnych np. uczestnictwo PIFE w wydarzeniach organizowanych przez IZ RPO, wystąpienia przedstawicieli RPO na szkoleniach i spotkaniach dla beneficjentów lub potencjalnych beneficjentów, wspólna organizacja eventów.
10. Tworzenie treści na stronach IZ RPO zgodnie z zasadami SEO (m.in. prosty język, zastosowanie słów kluczowych, content marketing, właściwy kod strony).
11. Prezentowanie na stronach internetowych podstawowych informacji dotyczących stopnia realizacji Programu (w tym liczba złożonych wniosków, liczba podpisanych umów, stopień kontraktacji, wykorzystanie alokacji).
12. Dostarczanie contentu na profil Fundusze Europejskie na FB, kanał Fundusze Europejskie na YT oraz profil Funduszy Europejskich na Instagramie.
13. Newslettery z treściami przydatnymi beneficjentom i potencjalnym beneficjentom.
14. Korzystanie z Bazy Wiedzy o Funduszach Europejskich.
15. Uczestnictwo w targach branżowych (w przypadku, gdy odwiedzającymi targi są faktycznie grupy potencjalnych beneficjentów lub beneficjentów).
16. Uczestnictwo w charakterze panelistów i ekspertów w seminariach, konferencjach, warsztatach oraz audycjach telewizyjnych i radiowych tematycznie powiązanych z obszarem wsparcia RPO.
17. W miarę możliwości współpraca z liderami opinii: ekspertami, liderami forów społecznych i gospodarczych, osobami popularnymi często prezentującymi swoje poglądy.
18. Współpraca z IK UP przy przygotowywaniu i promowaniu informacji dotyczących naborów do konkursów oraz projektów dla ludzi młodych.
19. Współpraca z instytucjami i podmiotami, dzięki którym można dotrzeć do danych grup docelowych oraz korzystanie z ich kanałów dotarcia do określonych grup, tj. z JST, urzędami skarbowymi, urzędami wojewódzkimi, uczelniami, domami kultury, NGO itp. (np. indoor kierowany do przedsiębiorców w miejscach, gdzie jest wysoki zasięg, niska konkurencja).
20. Współpraca z liderami zmian – beneficjentami i korzystanie z ich potencjałów promocyjnych oraz wspieranie beneficjentów w prowadzeniu przez nich działań promujących projekty.
21. Upraszczenie dokumentacji konkursowej zgodnie z zasadami prostego języka.

#### **Działania edukacyjne:**

1. Działania edukacyjne skierowane do beneficjentów w zakresie właściwej realizacji projektów (szkolenia, seminaria, webinaria, spotkania informacyjne, (w zależności od sytuacji epidemiologicznej spotkania te mogą odbywać się stacjonarnie).
2. Działania edukacyjne skierowane do potencjalnych beneficjentów w powiązaniu z konkretnymi naborami wniosków (spotkania informacyjne, szkolenia (również on-line), seminaria, itp.).
3. Realizacja krótkich, praktycznych webinarów, poświęconych istotnym zagadnieniom dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów, promocja tych webinarów oraz umieszczanie nagrań w serwisach internetowych IZ RPO.
4. Realizacja tutoriali pomagających w zrozumieniu i wypełnieniu wymaganych procedur związanych z ubieganiem się o FE.
5. Działania edukacyjne do opinii publicznej, prezentujące wpływ FE na zmiany w skali regionu oraz zmiany lokalne i zmiany w życiu osobistym mieszkańców województw – jako działania zwiększające widoczność efektów polityki spójności w najbliższym otoczeniu.



6. Działania edukacyjne oraz popularyzujące używanie prostego języka wśród pracowników instytucji.

#### **Działania w mediach**

1. Promowanie treści o naborach w mediach (radio, prasa, internet, tv), np.: ogłoszenia, cykl audycji w radio lub TV, w szczególności wykorzystywanie różnych gatunków radiowych i telewizyjnych. Wszystkie audycje będą charakteryzować się przystępną, zrozumiałą i atrakcyjną formą przekazu.
2. Działania w internecie oparte na targetowaniu behawioralnym i geotargetowaniu.
3. Organizacja w regionie Dni Otwartych Funduszy Europejskich, zgodnie ze wspólnie wypracowanymi z IK UP założeniami, w tym zapewnienie promocji oraz wsparcia dla beneficjentów biorących udział w akcji.

### **4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2022,**

#### **Podstawy dla kierunków i priorytetów**

Przy opracowaniu poniższych wskazówek wzięliśmy pod uwagę:

- a) poziom wdrażania RPO;
- b) etap wdrażania Strategii Komunikacji Funduszy Europejskich i mierniki realizacji tej Strategii, w tym analizę ostatnich badań opinii publicznej;
- c) zmianę Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 1303/2013, w której podkreślona została waga widoczności efektów Polityki Spójności;
- d) uwarunkowania wynikające z postanowień ustawy z dnia 3 kwietnia 2020 r. o szczególnych rozwiązaniach wspierających realizację programów operacyjnych w związku z wystąpieniem COVID w 2020 r. oraz ustawy z dnia 2 marca 2020 r. o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem, zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych;
- e) Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/1060, w którym mowa m.in. widoczności wsparcia z FE, przejrzystości i zasadach komunikacji na lata 2021-2027;
- f) zalecenia KE w zakresie komunikacji w celu poprawy widoczności efektów Polityki Spójności oraz informowania opinii publicznej o zaangażowaniu środków europejskich na rzecz przeciwdziałania COVID-19 oraz łagodzenia skutków społeczno-gospodarczych pandemii;
- g) dotychczasowe prace i uzgodnienia z Komisją Europejską dot. komunikacji w perspektywie 2021-2027.

#### **Etap komunikacji**

W 2022 r. komunikacja będzie przebiegać dwutorowo:

1. wynikając z uruchomienia nowych programów na lata 2021-2027 w oparciu o etapy:
  - a) „**zobacz**” komunikaty adresowane do odbiorców rezultatów/opinii publicznej, informujące o otwarciu nowej perspektywy finansowej 2021-2027, prezentujące nowe programy i instrumenty oraz dostępne w nich formy wsparcia.
  - b) „**zainteresuj się**” komunikaty motywujące potencjalnego beneficjenta do zainteresowania się współfinansowaniem ze środków unijnych oraz wsparcie potencjalnego beneficjenta w procesie ubiegania się o współfinansowanie, a także motywacja potencjalnego uczestnika projektu do skorzystania z niego.

- c) **„realizuj”** (w przypadku beneficjenta) / **„korzystaj”** (w przypadku uczestnika projektu) – wsparcie beneficjenta w realizacji projektu, a także pomoc uczestnikom projektów w korzystaniu ze wsparcia.
2. komunikacja wynikająca z aktualnego stanu wdrażania perspektywy 2014-2020 jest na etapach:
- a) **„zobacz”** – komunikaty adresowane do odbiorców rezultatów/opinii publicznej. Z uwagi na zamykanie perspektywy 2014-2020 działania promocyjne dot. efektów Funduszy Europejskich powinny być zintensyfikowane i bazować na przesłaniu „zobacz”. Prezentowanie efektów realizacji projektów jest kluczowe dla podsumowania okresu 2014-2020. Istotą komunikacji jest zapoznanie odbiorców przekazu z konkretnymi osiągnięciami (produktami/ usługami/ infrastrukturą), z której mogą korzystać w codziennym życiu lub które pośrednio przekładają się na jakość życia. Wskazanie na praktyczny wymiar i użyteczność ma być potwierdzeniem tego, że dofinansowanie projektów z Funduszy Europejskich ma sens i jest ważne, albowiem kreuje pozytywne zmiany w naszym otoczeniu/ regionie.
  - b) **„poleć”** (beneficjenci i uczestnicy projektów) – czyli zaangażowanie podmiotów i osób realizujących projekty dofinansowane z FE oraz ich uczestników w działania polegające na dzieleniu się doświadczeniami. Ich historie mają być zachętą dla osób poszukujących wsparcia lub wahających się. W tym etapie ważne jest wykorzystywanie narracji storytellingowej, polegającej na pokazaniu konkretnej historii, wykorzystującej wypowiedzi i opinie osób dzielących się doświadczeniami.
  - c) **„korzystaj”** – komunikacja adresowana do potencjalnych beneficjentów oraz potencjalnych uczestników projektów nadal będzie na etapie „korzystaj”. Przekaz „call to action” ma zachęcić grupy docelowe do podjęcia konkretnego działania.

## Cele komunikacji

Celami szczegółowymi na 2022 rok będą:

- a. eksponowanie i promowanie zmian w najbliższym otoczeniu generowanych przez projekty współfinansowane przez politykę spójności;
- b. podniesienie poziomu świadomości społeczeństwa na temat:
  - różnorodności obszarów wspieranych z FE,
  - widoczności efektów wdrażania FE w najbliższym otoczeniu,
  - wpływu FE na rozwój województwa.
- c. aktywizacja potencjalnych beneficjentów w ubieganiu się o wsparcie z pozostałej alokacji programu;
- d. wsparcie beneficjentów w prowadzeniu, rozliczaniu i zamykaniu projektów;
- e. dotarcie do opinii publicznej w regionie i uczestników projektów z informacją o wsparciu z funduszy UE na walkę i przeciwdziałanie skutkom pandemii COVID-19, w tym m.in. o podpisanych umowach, zakupie środków trwałych, itd.;
- f. informowanie potencjalnych beneficjentów, beneficjentów, potencjalnych uczestników projektów o szczególnych rozwiązaniach/uproszczeniach wprowadzonych w związku z występującymi sytuacjami kryzysowymi (np. sytuacją pandemii);
- g. informowanie o trwających przygotowaniach do nowej perspektywy i jej otwarciu, a także zapoznanie poszczególnych grup docelowych z założeniami programu na lata 2021-2027;
- h. aktywizacja potencjalnych beneficjentów w ubieganiu się o wsparcie z nowej alokacji programu.

## Grupy docelowe komunikacji

1. Działania podejmowane w 2022 r. przez IZ RPO (w tym IP) skierowane są do konkretnych grup docelowych:
  - a) opinii publicznej/odbiorców rezultatów (w związku ze zmianami Rozporządzenia, bardzo ważne są działania mające na celu zwiększanie widoczności rezultatów i oddziaływania FE),
  - b) beneficjentów już realizujących projekty (w szczególności przedsiębiorców z sektora MSP),
  - c) potencjalnych beneficjentów (w szczególności przedsiębiorców z sektora MSP), dla których konkursy będą ogłaszane w 2022 r.,
  - d) potencjalnych uczestników projektów i uczestników projektów, a także w razie potrzeby:
  - e) podmiotów wdrażających instrumenty finansowe,
  - f) potencjalnych ostatecznych odbiorców wsparcia z instrumentów finansowych.
- d) Działania dla opinii publicznej/odbiorców rezultatów koncentrują się na zwiększaniu widoczności efektów polityki spójności. IZ RPO prezentować będzie przykłady projektów zrealizowanych bądź realizowanych oraz ich efekty. Prezentowanie projektów będzie spełniać następujące uwarunkowania:
  - a) projekty powinny spełniać kryteria europejskiej wartości dodanej (EAV),
  - b) działania powinny pokazywać wpływ FE na rozwój województwa,
  - c) działania powinny pokazywać wpływ FE na osobiste życie mieszkańców województw,
  - d) działania powinny pokazywać obszary/projekty w najbliższym otoczeniu mieszkańców.
- e) Działania dla beneficjentów koncentrują się na wspieraniu ich w prawidłowej realizacji projektów. IZ, IP RPO przy pomocy różnych form i narzędzi informuje i edukuje beneficjentów o zasadach właściwej oraz skutecznej realizacji projektów, w ramach działań, które wdraża. Przy tej okazji może prezentować dobre praktyki, tj. właściwie zrealizowane i prowadzone projekty współfinansowane z FE.
- f) Zadaniem IZ, IP RPO jest wsparcie beneficjentów oraz jak największa troska i dbałość o rzetelne i prawidłowe wywiązywanie się beneficjentów z realizacji ich obowiązków związanych z informowaniem i promocją projektów w zakresie wsparcia z FE.
- g) IZ motywuje, zachęca i wspiera beneficjentów w podejmowaniu działań promocyjnych projektów (w tym autopromocji projektu/projektów).
- h) IP wspiera beneficjentów oraz dba o rzetelne i prawidłowe wywiązywanie się beneficjentów z realizacji ich obowiązków związanych z informowaniem i promocją projektów w zakresie wsparcia z FE. Obowiązek ten realizowany jest m.in. poprzez:
  - a. organizację dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów szkoleń i spotkań informacyjnych dot. wymogów zw. z komunikacją i widocznością;
  - b. bieżące monitorowanie wypełniania przez beneficjentów obowiązków informacyjnych i promocyjnych;
  - c. przekazywanie do IK UP informacji o wynikach ww. monitoringu oraz podjętych działaniach zaradczych/naprawczych.
- i) Działania dla potencjalnych uczestników projektów koncentrują się na informowaniu o możliwościach, jakie dla nich istnieją w ramach realizowanych projektów oraz na aktywnym

zachęcaniu do udziału w nich. IZ RPO informują o wsparciu i /lub bezpłatnych usługach świadczonych przez beneficjentów danego RPO.

- j) Działania dla potencjalnych beneficjentów koncentrują się na zadaniach informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych, związanych z prowadzonymi naborami wniosków o dofinansowanie w ramach danego RPO.
- k) W przypadku wdrażania instrumentów finansowych, IZ RPO powinna zadbać, aby informacja o tej formie wsparcia finansowego była równie dostępna, jak w przypadku wsparcia finansowego w formie dotacyjnej.
- l) IZ, IP RPO aktywnie włączają się w horyzontalne działania i akcje koordynowane przez MFIPR, np. w akcję Dni Otwarte Funduszy Europejskich, we wspólne akcje promujące konkursy KPO, w działania aktywizujące uczestników projektów, w działania promujące efekty polityki spójności, etc.
- m) IZ, IP RPO aktywnie włączają się, prezentując efekty wdrażania RPO, w działania i akcje organizowane przez Komisję Europejską.
- n) IZ, IP RPO motywują, zachęcają i wspierają beneficjentów w podejmowaniu działań promocyjnych projektów (w tym autopromocji projektu/projektów).
- o) W zakresie działań informacyjnych i promocyjnych nt. COVID-19:
  - a) inicjatywy współfinansowane z Funduszy Europejskich w tym instrumentu wsparcia REACT-EU muszą być komunikowane czytelnie i jasno;
  - b) materiały, komunikaty, dokumenty dot. wsparcia przedsięwzięć ze środków polityki spójności UE muszą być właściwie i wyraźnie oznaczone (np. poprzez hasztagi #FunduszeEuropejskie, #wsparcieUE itp., użycie ciągu logotypów),
  - c) należy dołożyć starań, aby zakupiony z udziałem FE sprzęt czy wyposażenie został oznaczony (np. naklejkami z obowiązkowym zestawieniem znaków właściwym dla danego programu).

### **Podstawowe zasady prowadzenia działań**

1. Działania IZ, IP, RPO, ich rodzaje i wykorzystywane narzędzia muszą być dostosowane do warunków i ewentualnych ograniczeń w prowadzeniu działań.
2. IZ, IP RPO muszą dbać o jak największą skuteczność działań i efektywność kosztową.
3. Wszystkie instytucje dbają o prosty i zrozumiały język przekazu (komunikatów i dokumentów), zgodnie z zasadami opisanymi w poradniku *Prosto o konkursach FE* i na stronach [www.funduszeuropejskie.gov.pl](http://www.funduszeuropejskie.gov.pl) (w zakładce „o funduszach”).
4. Wszystkie działania informacyjno-promocyjne prowadzone są zgodnie z zasadami dostępności dla osób z niepełnosprawnościami, tj. muszą być zgodne ze standardami dostępności, które są załącznikiem do *Wytycznych w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014-2020*.
5. Wszystkie podejmowane działania powinny jednoznacznie podkreślać /uwypuklać pochodzenie środków, które je finansują (FE, RPO).
6. Wybór projektów do celów związanych z komunikacją (lub ich rekomendacja) musi uwzględniać nie tylko aspekty związane z prawidłową realizacją przedsięwzięć, ale również ich potencjał promocyjny (preferowane są projekty unikatowe, takie które zainteresują opinię publiczną; np. ze

względu na atrakcyjność i użyteczność nowych produktów lub usług, bądź ze względu na wyjątkowe osiągnięcia regionu i jego mieszkańców.

7. Planując działania należy kierować się wynikami badań, które od lat wskazują, że najczęściej wybieranym kanałem informacyjnym na temat FE /programów jest internet.
8. Działania zawsze muszą służyć promocji marki Funduszy Europejskich i wzmocnieniu widoczności wsparcia z Unii Europejskiej .
9. W uzasadnionych przypadkach np. działania pronaborowe, mogą służyć promocji danego naboru/ konkretnego działania/Programu.
10. Działania promocyjne nie mogą mieć charakteru promocji osób ani instytucji. Instytucje zapewniają neutralność prowadzonych działań komunikacyjnych oraz dbają o prawidłowe wydatkowanie środków finansowych w tym zakresie.
11. Ze względu na doświadczenia spowodowane stanem pandemii COVID-19 i niepewną sytuacją związaną z dalszym trwaniem stanu pandemii, działania planowane są w oparciu o założenie, że będą musiały być one dostosowane do bieżącej sytuacji i obowiązujących w danym czasie zaleceń. Uwzględnia się możliwość wykorzystania w działaniach na szerszą skalę internetu (tam gdzie to możliwe) oraz projektowania działań w sposób, który umożliwi elastyczne reagowanie (np. przechodzenie z formy stacjonarnej na on-line lub na odwrót).

**Tabela 1 Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach RPO w roku 2022**

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
<b>1. Koordynacja, w tym badania i ewaluacja, wymiana doświadczeń</b>							
1.1	<b>Koordynacja systemu informacji i promocji, w tym edukacji</b>	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu IZ RPO WP	Działania koordynacyjne, w tym współpraca i nadzór nad IP.	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
1.2	<b>Udział w grupach</b>	Działanie wspierające realizację strategii	IZ RPO WP	Działanie polega na uczestnictwie w spotkaniach Grupy Sterującej ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich (MR) z jednostkami zaangażowanymi we wdrażanie środków unijnych w Polsce w celu wypracowania wspólnej polityki informacyjno-promocyjnej. Działanie polega również na spotkaniach (również w formie videokonferencji) grupy roboczej IZ – IP ds. informacji i promocji w celu ustalania wspólnych zadań w zakresie informacji, promocji oraz edukacji.	IK UP/IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
1.3	<b>Współpraca międzynarodowa</b>	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu IZ RPO WP	Działanie obejmuje udział pracowników systemu wdrażania RPO WP zarówno w spotkaniach o charakterze edukacyjnym, jak i informacyjno-promocyjnym, np. open days, spotkania INFORM-INIO. Zakładana realizacja zadania obejmuje wyjazdy i delegacje, tylko w przypadku złagodzenia restrykcji związanych z pandemią koronawirusa	IZ RPO WP	Cały rok	10 000 zł
1.4	<b>Newsletter</b>	1,2	Potencjalni beneficjenci i beneficjenci	Działanie obejmuje wysyłanie informacji dotyczących RPO WP oraz specjalnych komunikatów dotyczących organizowanych spotkań/szkoleń oraz zmian dokumentów programowych.	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
<b>2. Działania informacyjne</b>							
2.1	<b>System informacji - sieć PIFE</b>	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 ministrem do spraw rozwoju a Województwem Podkarpackim. 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 2022 r. Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z Ministerstwem. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy.					

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
2.2	Informowanie o wydarzeniach, eventach, podpisywaniu umów	Cykliczne przekazywanie informacji do IK UP na temat uroczystości i innych inicjatyw własnych lub beneficjentów związanych z konferencjami, wydarzeniami, z podpisywaniem umów, otwarciem/oddaniem do użytku projektów, etc.			IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2.3	Portale i serwisy internetowe	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Prowadzenie i bieżąca aktualizacja strony internetowej <a href="http://www.rpo.podkarpackie.pl">www.rpo.podkarpackie.pl</a> zawierającej informacje o możliwościach dofinansowania projektów z RPO. W ramach aktualizacji portalu będą zamieszczane przykłady projektów w jęz. polskim i angielskim, które będą zamieszczane równolegle na Mapie Dotacji. Uzupełniana będzie również zakładka z przykładami dobrych praktyk w dziedzinie kultury i turystyki.	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2.4	Baza Wiedzy	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu IZ RPO WP	Uzupełnianie i aktualizowanie informacji w serwisie Baza Wiedzy.	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2.5	Mapa Dotacji	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu IZ RPO WP	Stałe aktualizowanie bazy projektów na <a href="http://www.mapadotacji.gov.pl">www.mapadotacji.gov.pl</a> . IZ uprości/uzupełni minimum 30 opisów projektów na Mapie dotacji UE w ujęciu Rocznym.	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2.6	Wyszukiwarka Dotacji	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu IZ RPO WP	Stałe aktualizowanie treści na <a href="http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka">www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka</a>	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2.7	Punkty kontaktowe	1,2	Potencjalni beneficjenci i beneficjenci	Działalność punktów kontaktowych udzielających szczegółowych informacji dot. RPO WP. Punkty kontaktowe powstały przy Departamencie Wspierania Przedsiębiorczości (IZ RPO WP) oraz przy Wojewódzkim Urzędzie Pracy (IP). Działalność punktów kontaktowych jest bezkosztowa.	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2.8	Współpraca z partnerami	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Współpraca z partnerami, zgodnie z zapisami <i>Strategii komunikacji</i> , (w miarę możliwości) opierała się będzie na wspieraniu organizacji wydarzeń informacyjno-edukacyjnych nt. RPO WP 2014-2020 i skierowana będzie do partnerów społecznych i gospodarczych, jednostek samorządu terytorialnego, nadawców radiowych i telewizyjnych oraz wydawców prasy. W ramach współpracy realizowane będą przedsięwzięcia informacyjno-promocyjne z jednostkami samorządu terytorialnego, jednostkami naukowymi, przedstawicielami mediów, których tematyka i zakres powiązane są z kwestiami Funduszy Europejskich. Wydarzenia te będą miały charakter spotkań, akcji edukacyjnych oraz eventów promocyjnych realizowanych podczas organizowanych przez partnerów własnych wydarzeń. Na chwilę obecną nie jest znany szczegółowo charakter współpracy z partnerami, zostanie on doprecyzowany na początku 2022 r. Planowana jest współpraca z Politechniką	IZ RPO WP	Cały rok	330 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				Rzeszowską przy organizacji wydarzenia pn. Wystartuj z nami – z Funduszami Europejskimi. Akcja polega na współpracy środowiska akademickiego, Powiatowych Urzędów Pracy oraz przedsiębiorców z regionu. Wszystkie działania polegające na współpracy z partnerami, ich forma realizacji zależą będzie od sytuacji epidemicznej spowodowanej rozprzestrzenianiem się wirusa COVID-19.			
<b>3. Działania edukacyjne</b>							
3.1	<b>Szkolenia dla beneficjentów – szkolenia stacjonarne</b>	1,2	Beneficjenci	<p>Działanie obejmuje organizację ok. 5 szkoleń dla beneficjentów. Organizacja szkoleń stacjonarnych będzie możliwa, gdy zniesione zostaną restrykcje związane z pandemią. Przewiduje się organizację szkoleń hybrydowych. Wszystkie szkolenia dla beneficjentów realizowane będą zgodnie z zapotrzebowaniem departamentów IZ RPO WP oraz IP. Zapotrzebowanie na określoną tematykę szkoleń oraz liczbę uczestników szkoleń znane będzie na początku 2022 r. Realizacja zadania obejmuje wynajęcie eksperta, przygotowanie materiałów informacyjnych związanych z danym szkoleniem, drobny catering oraz w miarę możliwości transmisja on-line szkolenia.</p> <p>Szkolenia te będą miały na celu przekazanie uczestnikom wyspecjalizowanej wiedzy. Poruszane będą zagadnienia m.in. prawa zamówień publicznych, zamykania projektów, zasady równości szans kobiet i mężczyzn itp. Planowany jest udział ok 200 beneficjentów w organizowanych szkoleniach. Wszystkie organizowane szkolenia zlecane są firmom zewnętrznym, na budżet szkoleń składają się m.in. wynajęcie eksperta, przygotowanie materiałów informacyjnych związanych z danym szkoleniem, drobny catering oraz w miarę możliwości transmisja on-line szkolenia.</p>	IZ RPO WP	Cały rok	40 000 zł
3.2	<b>Szkolenia dla beneficjentów – Szkolenia on-line (e-learning, webinaria, itp.)</b>	1,2	Beneficjenci	<p>Działanie obejmuje organizację ok. 5 szkoleń w formie on-line dla beneficjentów. Wszystkie szkolenia dla beneficjentów zrealizowane będą zgodnie z zapotrzebowaniem departamentów IZ RPO WP oraz IP i związane będą z realizowanymi przez beneficjentów projektami.. Organizowane szkolenia związane są w głównej mierze ze zidentyfikowanymi potrzebami beneficjentów na poziomie wdrażania projektów. Są to szkolenia wspierające beneficjentów w prawidłowej realizacji projektów (np. rozliczanie projektów, pomoc publiczna, prawo zamówień publicznych). Wszystkie organizowane szkolenia zlecane są firmom zewnętrznym, na budżet szkoleń składają się m.in. wynajęcie eksperta, przygotowanie materiałów informacyjnych związanych z danym szkoleniem. Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń: ok 300 osób</p>	IZ RPO WP	Cały rok	40 000 zł



L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
3.3	Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów – szkolenia stacjonarne	1	Potencjalni beneficjenci	<p>Działanie obejmuje organizację ok 5 szkoleń dla potencjalnych beneficjentów. Organizacja szkoleń stacjonarnych będzie możliwa, gdy zniesione zostaną restrykcje związane z pandemią. Przewiduje się organizację szkoleń hybrydowych.</p> <p>Wszystkie szkolenia dla potencjalnych beneficjentów realizowane będą zgodnie z zapotrzebowaniem departamentów IZ RPO WP oraz IP i związane są z wdrażaniem nowego programu regionalnego na lata 2021-2027 i ogłaszanymi naborami wniosków.</p> <p>Zapotrzebowanie na określoną tematykę szkoleń oraz liczbę uczestników szkoleń znane będzie na początku 2022 r. Realizacja zadania obejmuje wynajęcie eksperta, przygotowanie materiałów informacyjnych związanych z danym szkoleniem, drobny catering oraz w miarę możliwości transmisja on-line szkolenia.</p> <p>Szkolenia te będą miały na celu przekazanie uczestnikom wyspecjalizowanej wiedzy. Poruszane będą zagadnienia m.in. z zakresu wparcia w ramach nowego programu regionalnego na lata 2021-2027, zakresu pomocy publicznej, opracowania studium wykonalności, oceny oddziaływania na środowisko, nowych uregulowań prawnych, zasady równości szans kobiet i mężczyzn itp. Planowany jest udział ok. 200 potencjalnych beneficjentów w organizowanych szkoleniach. Na budżet szkoleń składają się m.in. wynajęcie eksperta, przygotowanie materiałów informacyjnych związanych z danym szkoleniem, drobny catering oraz w miarę możliwości transmisja on-line szkolenia.</p> <p>IP WUP organizuje spotkania informacyjno-promocyjne dla potencjalnych beneficjentów związane z ogłoszonymi naborami.</p>	IZ RPO WP	Cały rok	40 000 zł
3.4	Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów – Szkolenia on-line (e-learning, webinaria, itp.)	1	Potencjalni beneficjenci	<p>Działanie obejmuje organizację szkoleń, webinarów dla potencjalnych beneficjentów. Wszystkie szkolenia dla potencjalnych beneficjentów realizowane będą zgodnie z zapotrzebowaniem departamentów IZ RPO WP oraz IP i związane będą wdrażaniem nowego programu regionalnego na lata 2021-2027 oraz ogłaszanymi naborami wniosków. W chwili obecnej nie jest znany Harmonogram naborów wniosków na rok 2022 i nie jest możliwe określenie tematów szkoleń oraz liczby ich uczestników.</p> <p>IP WUP organizuje spotkania informacyjno-promocyjne dla potencjalnych beneficjentów związane z ogłoszonymi naborami.</p>	IZ RPO WP	Cały rok	40 000, zł
3.5	Spotkania informacyjne, szkolenia dla pracowników systemu wdrażania	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu IZ RPO WP	<p>Działanie obejmuje organizację spotkań informacyjnych oraz szkoleń dla pracowników systemu wdrażania.</p> <p>Spotkania realizowane będą zgodnie z zapotrzebowaniem departamentów IZ RPO WP oraz IP.</p>	IZ RPO WP	Cały rok	20 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
<b>1. Działania informacyjno-promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w internecie</b>							
<b>4.1</b>	<b>Pakiet działań pronaborowych</b>	1	Potencjalni beneficjenci	<p>Dla każdego naboru/ przygotowane zostaną następujące działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ publikacja ogłoszenia o konkursie na PFE (w tym w wyszukiwarce dotacji),</li> <li>➤ publikacja ogłoszenia o konkursie na stronie internetowej IOK/IZ,</li> <li>➤ wysłanie informacji o konkursie do PIFE,</li> <li>➤ wysłanie newslettera z informacją o konkursie lub jeśli instytucja nie dysponuje tym narzędziem, wysłanie informacji o konkursie emailiem,</li> <li>➤ wysłanie notatki prasowej na temat ogłaszanego konkursu.</li> </ul> <p>Nabory/konkursy na trudniejsze/ mało popularne działania objęte zostaną rozszerzonym pakietem działań promocyjnych, na który składać się będzie dodatkowo z:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ organizacji spotkania/szkolenia informacyjnego,</li> <li>➤ organizacji szkolenia z właściwego przygotowania wniosków,</li> <li>➤ publikacja informacji o konkursie w mediach społecznościowych.</li> </ul>	IZ RPO WP	Cały rok	-
<b>4.1.a</b>	<b>Działania dla MŚP</b>	1	Potencjalni beneficjenci	<p>W ramach działań informacyjno-promocyjno-edukacyjnych dla potencjalnych beneficjentów MŚP realizowane będą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ szkolenia,</li> <li>➤ spotkania informacyjne,</li> <li>➤ działania w mediach (prasa, radio, telewizja, Internet, media społecznościowe),</li> <li>➤ działania informacyjne realizowane w ramach kampanii o szerokim zasięgu,</li> </ul>	IZ RPO WP	Cały rok	-
<b>4.1.b</b>	<b>Działania dla MŚP</b>	1	Beneficjenci	<p>W ramach działań informacyjno-promocyjno-edukacyjnych dla beneficjentów MŚP realizowane będą:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ szkolenia,</li> <li>➤ spotkania informacyjne,</li> <li>➤ działania w mediach (prasa, radio, telewizja, Internet, media społecznościowe),</li> <li>➤ działania informacyjne realizowane w ramach kampanii o szerokim zasięgu,</li> <li>➤ działania realizowane w ramach współpracy z partnerami,</li> <li>➤ promocja efektów realizowanych projektów podczas wyjazdów studyjnych dla przedstawicieli mediów,</li> <li>➤ współpraca przy organizacji konferencji</li> </ul>	IZ RPO WP	Cały rok	-

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
4.2	Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu	1,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Kampania o szerokim zasięgu dotycząca osiągnięć programu. Szczegóły dot. kampanii znajdują się w tabeli 3. nt.	IZ RPO WP	Termin realizacji kampanii obejmuje okres od 1 września do 30 listopada	600 000 zł
4.3	Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)	1,2,3,4		Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input type="checkbox"/> nie <input checked="" type="checkbox"/>			
			Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje współpracę IZ RPO WP z nadawcami telewizyjnymi przy emisji programów telewizyjnych o charakterze promocyjnym i informacyjnym w różnorodnych formach, takich jak np. reportaże, debaty, felietony, programy edukacyjne, audycje, spoty. Będą promowane projekty EVA, projekty innowacyjne – współfinansowane ze środków w ramach perspektywy 2014-2020 w tym z instrumentu wsparcia REACT-EU. Przekazywane będą również informacje o nowych możliwościach finansowania projektów w nowej perspektywie finansowej (głównie przez pryzmat inwestycji już zrealizowanych w ramach FE). Działania te, mimo, iż mają odrębny budżet, będą spójne z kampanią o szerokim zasięgu  Planowana jest emisja spotów reklamowych dotyczących akcji Dni Otwarte Funduszy Europejskich.	IZ RPO WP	Cały rok	40 000 zł
4.4	Radio (audycje sponsorowane, reklamy)	1,2,3,4		Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input type="checkbox"/> nie <input checked="" type="checkbox"/>			
			Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), 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, debaty, felietony, programy edukacyjne, audycje, spoty. Działanie to obejmuje zarówno produkcję, jak i emisję materiałów prezentujących dobre praktyki Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim. Będą promowane projekty EVA, projekty innowacyjne – współfinansowane ze środków w ramach perspektywy 2014-2020 w tym z instrumentu wsparcia REACT-EU. Przekazywane będą również informacje o nowych możliwościach finansowania projektów w nowej perspektywie finansowej (głównie przez pryzmat inwestycji już zrealizowanych w ramach FE). Działania te, mimo, iż mają odrębny budżet, będą spójne z kampanią o szerokim zasięgu	IZ RPO WP	Cały rok	50 000,00 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				Planowana jest emisja spotów reklamowych dotyczących akcji Dni Otwarte Funduszy Europejskich			
4.5	Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)			Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input type="checkbox"/> nie <input checked="" type="checkbox"/>			
		1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	<p>Działanie obejmuje współpracę IZ RPO WP w zakresie przygotowania i publikacji materiałów prasowych o charakterze informacyjnym, promocyjnym lub poradnikowym w prasie o charakterze lokalnym i regionalnym obejmujące swoim zasięgiem całe województwo podkarpackie.</p> <p>Realizacja zadania polegać będzie na przygotowaniu i emisji artykułów w lokalnych i regionalnych wydawnictwach oraz ich stronach internetowych związanych z promocją dobrych praktyk Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020 oraz Funduszy Europejskich, jak również dotyczące działań na rzecz beneficjentów środków UE w związku z zagrożeniem epidemicznym wywołanym przez wirusa SARS-CoV-2 .</p> <p>Będą promowane projekty EVA, projekty innowacyjne – współfinansowane ze środków w ramach perspektywy 2014-2020 w tym z instrumentu wsparcia REACT-EU. Przekazywane będą również informacje o nowych możliwościach finansowania projektów w nowej perspektywie finansowej 2021-2027 (głównie przez pryzmat inwestycji już zrealizowanych w ramach FE). Działania te, mimo, iż mają odrębny budżet, będą spójne z kampanią o szerokim zasięgu</p> <p>Działania te, mimo, iż mają odrębny budżet, będą spójne z kampanią o szerokim zasięgu.</p> <p>IP WUP umieszcza ogłoszenia prasowe związane z naborami wniosków.</p>	IZ RPO WP	Cały rok	50 000 zł
4.6	Internet (portale, media społecznościowe,			Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input type="checkbox"/> nie <input checked="" type="checkbox"/>			

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
	publikacje w Internecie)	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	<p>W Internecie prowadzone będą m.in. następujące działania: informowanie o efektach, tj. pokazywanie korzyści poprzez pryzmat projektów, które uzyskały dofinansowanie ze środków Unii Europejskiej. Przeprowadzona zostanie <b>Kampania internetowa poświęcona promocji nowego programu regionalnego Fundusze Europejskie w latach 2021-2027</b>, w tym przygotowanie odpowiednich materiałów i zakup mediów. Działania prowadzone będą na portalach internetowych obejmujących swoim zasięgiem całe województwo podkarpackie.</p> <p>Działania prowadzone będą również w mediach społecznościowych, tj. Facebook: RPO WP 2014 – 2020  <a href="https://www.facebook.com/odmienionePodkarpackie">https://www.facebook.com/odmienionePodkarpackie</a>, Instagram <a href="https://www.instagram.com/odmienionePodkarpackie/">https://www.instagram.com/odmienionePodkarpackie/</a> oraz YouTube <a href="https://www.youtube.com/channel/UCTh2AcSzr5LKAB6i9tJEf9g/">https://www.youtube.com/channel/UCTh2AcSzr5LKAB6i9tJEf9g/</a>. Działania te prowadzone będą we współpracy z siecią PIFE, będą związane z promocją projektów współfinansowanych ze środków unijnych, organizowanymi szkoleniami i spotkaniami, informowaniem potencjalnych beneficjentów i beneficjentów o możliwościach wsparcia.</p> <p>Profile w mediach społecznościowych dedykowane są osobom zainteresowanym zdobywaniem wiedzy, także z zakresu funduszy unijnych, możliwościami oferowanymi w ich ramach.</p> <p>Planowane jest także wykorzystanie fanpage'a do innych działań informacyjno-promocyjnych w ramach RPO WP.</p> <p>Planuje się również emisję artykułów prasowych i banerów reklamowych w wybranych portalach/serwisach internetowych jak również stworzenie aplikacji mobilnej promującej szlak projektów kulturalno- turystycznych realizowanych z Funduszy Europejskich.</p>	IZ RPO WP	Cały rok	300 000 zł.
<b>5. Imprezy otwarte i inne</b>							
5.1	Eventy, pikniki, festyny	1,2,3,4,	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	<p>W zależności od sytuacji epidemicznej spowodowanej rozprzestrzenianiem się wirusa COVID-19 wstępnie planowane jest działanie obejmuje promocję RPO WP oraz Funduszy Europejskich poprzez organizację cyklicznej już imprezy plenerowej na terenie województwa – Podkarpackie Pokazy Lotnicze. W 2022 roku planowana jest organizacja wydarzenia w dwóch miejscach jednocześnie. Podczas organizacji tego typu wydarzenia mieszkańcy województwa otrzymują kompleksową informację na temat wybranych projektów i beneficjentów realizujących projekty. Podczas organizowanego eventu do współpracy angażowani są beneficjenci, którzy już realizowali lub realizują projekty z Funduszy Europejskich. Prezentacja dobrych praktyk ukazanych przez beneficjentów ma na celu inspirowanie, edukowanie mieszkańców Podkarpacia</p>	IZ RPO WP	II półrocze	600 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				<p>oraz potencjalnych beneficjentów. Wydarzenie, poprzez pokazanie efektów projektów unijnych, zachęca do sięgania po fundusze w nowej perspektywie, a także tworzy swoistą platformę wymiany doświadczeń pomiędzy beneficjentami a osobami zainteresowanymi sięganiem po dotacje unijne. Uzyskana w ten sposób wiedza praktyczna okazuje się bardzo cenną dla potencjalnych beneficjentów.</p> <p>Podczas eventu organizowane jest tzw. Miasteczko Funduszy Europejskich, w ramach, którego beneficjenci, sieć PIFE, IP WUP, IP ROF, partnerzy społeczni udzielają informacji nt. zrealizowanych projektów, możliwości aplikowania o fundusze w nowej perspektywie w ramach programów krajowych, promują swoje projekty i zachęcają do korzystania ze środków unijnych. Na osobnych stanowiskach rozmieszczonych w obrębie Miasteczka Funduszy Europejskich udzielane są konsultacje wszystkim zainteresowanym uzyskaniem wsparcia unijnego z RPO WP, jak również innych programów krajowych, dostępnych dla beneficjentów, zarówno osób indywidualnych, jak i przedstawicieli MŚP. Ponadto organizowane są również działania edukacyjne dla uczestników wydarzenia związane z Funduszami Europejskimi.</p> <p>Dodatkowym atutem organizowanej imprezy jest możliwość uzyskania rzetelnych informacji i skonfrontowania swoich pomysłów ze specjalistami ds. funduszy Europejskich, którzy są dostępni przez cały czas trwania imprezy oraz udzielają konsultacji wszystkim chętnym. Jest to doskonała możliwość wyjścia naprzeciw oczekiwaniom informacyjnym mieszkańców oraz promocji i kreowania pozytywnego wizerunku punktów informacyjnych, jako miejsc otwartych, gdzie zawsze można otrzymać rzetelną, profesjonalną i jednocześnie przystępną informację.</p> <p><b>Impreza Podkarpackie Pokazy Lotnicze zostanie zorganizowana w II połowie 2022 r. tylko w sytuacji zniesienia restrykcji związanych z pandemią.</b></p> <p>Celem imprezy jest promocja RPO WP 2014-2020 oraz Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim. W szczególności promowane będą inteligentne specjalizacje, w tym głównie lotnictwo i kosmonautyka. Podkarpackie Pokazy Lotnicze są cykliczną imprezą promującą lotnictwo. Ten wybór jest nieprzypadkowy. Lotnictwo i kosmonautyka to jedna z tzw. inteligentnych specjalizacji regionu. W kolejnych latach takie pokazy planowane są m.in. w miastach, które również mają tradycje lotnicze. Podkarpacie to obszar lotniczy. Ma to odzwierciedlenie w Regionalnej Strategii Innowacji, gdzie wskazywano tzw. inteligentne specjalizacje regionu. To czołowe sektory regionalnej gospodarki, które mają największy potencjał rozwoju i najszybciej mogą wygenerować nowe miejsca pracy. W Regionalnej Strategii Rozwoju woj. podkarpackiego, jako wiodące zostały zapisane lotnictwo i kosmonautyka – przedsiębiorcy z tej branży mają, więc największe szanse na dostęp do środków unijnych. Samorząd liczy na rozwój „potencjału produkcyjnego, wdrożenie najnowocześniejszych technologii, budowę nowych centrów badawczo-rozwojowych i biur konstrukcyjnych. Planowany jest udział ok. 25 000 uczestników wydarzenia.</p>			

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				Szczegółowy scenariusz wydarzenia zostanie opracowany w I kwartale 2022 r.			
5.2	Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy, konferencja RPO WP, itp.	1,2,3,4	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, odbiorcy rezultatów, liderzy zmian, media	Działanie obejmuje organizację konferencji prasowych, spotkań roboczych, spotkań o charakterze informacyjno-promocyjnym oraz spotkań konsultacyjnych. Na tym etapie trudno o wskazanie tematyki spotkań dla przedstawicieli mediów – prawdopodobnie będą to informacje dla potencjalnych beneficjentów o możliwościach realizacji projektów, jak również informacja o nowych możliwościach finansowania w ramach programu Fundusze Europejskie dla Podkarpacia 2021-2027 (również przez pryzmat inwestycji już zrealizowanych w ramach FE).	IZ RPO WP	Cały rok	50 000 zł
5.3	Dni Otwarte Funduszy Europejskich	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna)	Działanie obejmuje aktywne włączenie się w organizację DOFE poprzez przekazanie projektów unijnych realizowanych/ zrealizowanych dzięki FE. W działania związane z organizacją DOFE włączani będą beneficjenci Funduszy Europejskich. W roku 2022 przedsięwzięcie to w zależności od sytuacji epidemicznej będzie miało charakter hybrydowy lub on-line. W działaniach tych wezmą udział konsultanci sieci PIFE. Założona kwota jest kwotą orientacyjną a szczegółowe działania (w tym szczegółowy scenariusz) będą opracowywane w I kwartale 2022 roku. IZ RPO WP będzie odpowiedzialna za organizację DOFE w województwie (w tym w siedzibach beneficjentów), zapewnienie dodatkowych atrakcji towarzyszących oraz za regionalną promocję DOFE. Działania promocyjne w TV, Radio i Internecie ujęte zostały w pozycjach 4.3; 4.4 i 4.6	IZ RPO WP	Zgodnie z datą wyznaczoną przez IK UP	200 000zł
5.4	Spotkania informacyjno-promocyjne	1,2,3,4	Potencjalni beneficjenci, odbiorcy rezultatów, liderzy zmian, media	Udział i organizacja spotkań informacyjno-promocyjnych dotyczących nowej perspektywy finansowej na lata 2021-2027 (w tym we współpracy z partnerami społeczno-gospodarczymi, jednostkami samorządu terytorialnego, publicznych i prywatnych nadawców radiowych i telewizyjnych oraz wydawców prasy). W zależności od sytuacji epidemicznej spowodowanej rozprzestrzenianiem się wirusa COVID-19 wstępnie planowana jest organizacja stacjonarnych spotkań prezentujących nowy program regionalny Fundusze Europejskie dla Podkarpacia 2021-2027 w większych miastach regionu.	IZ RPO WP	I kwartał	50 000zł
5.5	Wyjazdy studyjne	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), media	Działanie obejmuje organizację wyjazdów studyjnych dla przedstawicieli mediów promujących projekty zrealizowane z Funduszy Europejskich na terenie województwa podkarpackiego. W wyjazdy studyjne zaangażowani będą beneficjenci Funduszy Europejskich oraz partnerzy społeczni. W zależności od sytuacji epidemicznej spowodowanej rozprzestrzenianiem się wirusa COVID-19 wstępnie planowane jest dwa wyjazdy dwudniowe. Efektem organizowanych wyjazdów studyjnych dla przedstawicieli mediów są felietony telewizyjne, felietony radiowe, artykuły prasowe oraz artykuły na	IZ RPO WP	I i II kwartał	50 000 zł



L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				portalach internetowych związane z promocją projektów realizowanych z Funduszy Europejskich ze środków z perspektywy finansowej 2014-2020.			
<b>6. Konkursy</b>							
6.1	Konkursy promocyjne	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), media	<p>Działanie obejmuje organizację konkursu o tematyce propagującej ideę równości szans i niedyskryminacji. Grupą docelową konkursu będzie młodzież szkół średnich (licea i technika) z terenu województwa podkarpackiego. Działanie to będzie miało na celu propagowanie i szerzenie informacji o równym traktowaniu kobiet i mężczyzn oraz krzewienie odpowiednich postaw wśród młodzieży szkół średnich.</p> <p>Zasada wyrównywania szans kobiet i mężczyzn i przeciwdziałania dyskryminacji jest dla funduszy unijnych jedną z naczelných i podstawowych zasad horyzontalnych, obowiązujących w całej Unii Europejskiej. Wszyscy beneficjenci środków unijnych a także instytucje zaangażowane w ich wykorzystanie, zobowiązane są do przestrzegania zasady równości szans kobiet i mężczyzn oraz przeciwdziałania wszelkim formom dyskryminacji. Organizacja konkursu o tej tematyce, w której młodzież będzie miała za zadanie wykonanie jakiegoś polecenia, za które będzie można otrzymać nagrodę będzie nie tylko atrakcyjną zabawą, ale również nauką.</p> <p>W efekcie przeprowadzonego konkursu, zwiększy się świadome i odpowiedzialne stosowanie zasad, gwarantujących równość szans i niedyskryminacji, w grupie młodzieży szkół średnich przygotowujących się do życia zawodowego. Przyczyni się to również w pośredni sposób do zwiększenia wiedzy na ten temat w całym społeczeństwie, zamieszkującym województwo podkarpackie.</p> <p>Narzędzia:  Informacje prasowe  Informacje na stronie internetowej  Promocja w mediach społecznościowych  Pogadanki w szkołach na temat idei równości szans i niedyskryminacji</p>	IZ RPO WP	II i III kwartał	80 000
<b>7. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych</b>							
7.1	Publikacje (drukowane i elektroniczne)	1,2,3,4	Ogół społeczeństwa, beneficjenci i potencjalni beneficjenci	<p>Działanie obejmuje publikację, e-biuletynu informacyjnego, będącego kontynuacją publikacji wydawanej regularnie od 2010 r. Biuletyn jest rozsyłany do beneficjentów, potencjalnych beneficjentów oraz JST w regionie. W ciągu roku planowane są 4 numery biuletynu (jeden raz na kwartał). Biuletyn publikowany jest również w mediach społecznościowych. Biuletyn jest kompleksowym i miarodajnym źródłem informacji - w tym wiedzy specjalistycznej na temat środków</p>	IZ RPO WP	Cały rok	140 000 zł



L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				RPO i zasad realizacji projektów. Ponadto prezentowane są w nim dobre praktyki oraz wpływ Funduszy Europejskich na rozwój województwa podkarpackiego.			
7.2	Zdjęcia i materiały video	1,2,3,4	Ogół społeczeństwa, beneficjenci i potencjalni beneficjenci IZ RPO/ instytucje systemu	Działanie polega na wykonaniu zdjęć i materiałów video promujących efekty wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014 – 2020 (10 zestawów filmów wraz z pakietem min. 10 zdjęć). Zdjęcia i materiały wideo będą gromadzone poprzez zlecenie firmom zewnętrznym sesji zdjęciowych realizowanych projektów oraz produkcji materiałów video z miejsca zrealizowanego projektu. Wykorzystane zostaną podczas DOFE oraz do promocji FE w mediach społecznościowych i TV.	IZ RPO WP	Lipiec-wrzesień 2021	90 000 zł
7.3	Materiały promocyjne typu gadżety	4	Ogół społeczeństwa, beneficjenci i potencjalni beneficjenci IZ RPO/ instytucje systemu	Działanie polega na zakupie materiałów promujących RPO WP. Materiały przeznaczone będą dla beneficjentów i traktowane, jako materiały informacyjne na organizowanych szkoleniach, konferencjach czy dystrybuowane np. w formie nagród konkursowych, w tym działań związanych z DOFE. Dystrybucja materiałów będzie następowała na bieżąco, w ciągu całego roku kalendarzowego, podczas konsultacji, spotkań, szkoleń, targów. Będą to w szczególności notesy, długopisy, torby na materiały konferencyjne itp. IZ RPO WP zakupi również kalendarze na 2023 rok z wykorzystaniem zdjęć powstałych inwestycji/realizowanych projektów z RPO WP w regionie. Kładziony będzie nacisk na to, by kupowane materiały miały najwyższy walor użyteczny, promocyjny oraz by w największym stopniu realizowały cele informacyjne oraz by ich dystrybucja niosła za sobą przede wszystkim wartość komunikacyjną, nie upominkową.	IZ RPO WP	II półrocze	120 000 zł
7.4	Materiały brandingowe i wystawiennicze, np. rollupy, ścianki	Działanie wspierające realizację strategii	IZ RPO/ instytucje systemu	Na potrzeby wsparcia działań informacyjno-promocyjnych oraz edukacyjnych IZ RPO WP zakupi elementy systemu wystawienniczego, w tym m.in. roll-upy, ścianki, stojaki na ulotki, windery, ramki lub stojaki służące ekspozycji plakatów, stoiska przenośne, itp. Materiały te będą dostosowane do nowej wizualizacji graficznej dla perspektywy 2021-2027.	IZ RPO WP	I kwartał	52 000
7.3	Inne	Działanie wspierające realizację strategii	Ogół społeczeństwa, beneficjenci i potencjalni beneficjenci	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	8000 zł
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. podjazdy i windy w obiektach, w których realizowane będzie zadanie.							
ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU					3 000 000,00 zł		

## 5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji

Tabela 2. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji RPO WP w roku 2021

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta w roku 2015	Wartość osiągnięta na rok 2016	Wartość osiągnięta na 2017	Wartość docelowa 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
Komunikacja Funduszy Europejskich aktywizuje mieszkańców województwa podkarpackiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach programu	Liczba odwiedzin portalu internetowego RPO WP	0	1 200 000	3 000 000	8 200 000	15 200 000	20 200 000	21 500 000	22 500 000	23 000 000	10 000 000
	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania	0	1	2	3	4	5	5	5	5	6
	Znajomość w województwie podkarpackim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich	37%	-	24%	-	62%	-	50%	-		46%
	Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w województwie podkarpackim w ramach programu	0	2 018	5 045	6 454	7266	7 766	7 900	7920	8420	5 000
	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego	0	23 856	51 279	77 408	107 074	137 226	168 616	Dane z MFIPR	Dane z MFIPR	135 000 <sup>1</sup>
Komunikacja Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim wspiera beneficjentów RPO WP w realizacji projektów.	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa podkarpackiego dot. realizacji projektów	0	68	116	155	155	155	155	Dane z MFIPR	Dane z MFIPR	936 <sup>2</sup>
	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w województwie podkarpackim	0	40	825	2 974	4467	5 500	6 350	7330	7830	3 000
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu operacyjnego	0	0	0	0	0	0	1	2	3	3

<sup>1</sup> Jest to wartość docelowa na 2020 rok.

<sup>2</sup> Jest to wartość docelowa na 2020 rok.

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta w roku 2015	Wartość osiągnięta na rok 2016	Wartość osiągnięta na 2017	Wartość docelowa 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
mieszkańcom województwa podkarpackiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich	Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” w województwie podkarpackim	90%	-	94%	-	95%	-	98%			93%
	Znajomość celów, obszarów lub działań, na które przeznaczane są FE w województwie podkarpackim.	45%	-	26%	-	42%	-	24%			51%
	Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców województwa podkarpackiego	77%	-	81%	-	80%	-	78%			82%
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim.	Odsetek mieszkańców dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa podkarpackiego	89%	-	89%	-	93%	-	92%			94%
	Odsetek mieszkańców województwa podkarpackiego uważających, że osobiście korzystają oni z FE	63%	-	80%	-	67%	-	73%			66%

## 6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

Tabela 3. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

<b>1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania</b>	IZ RPO WP
<b>2. Nazwa działania</b>	Kampania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020 prezentująca dotychczasowe osiągnięcia programu, w kontekście zrealizowanych projektów.
<b>3. Główny komunikat</b>	W założeniach kampanii zafunkcjonuje komunikat, który jeszcze mocniej akcentował będzie efekty wdrażania polityki spójności i prezentował wykorzystanie Funduszy Europejskich w regionie, przekazywał informacje o trwających/zakończonych inwestycjach.
<b>4. Planowane rezultaty (co zostanie osiągnięte)</b>	<p>Cel kampanii: wzrost liczby osób poinformowanych o efektach wdrażania RPO WP 2014-2020, upowszechnienie wiedzy na temat korzyści płynących z wykorzystania FE, wypromowanie Funduszy Europejskich, jako najważniejszego narzędzia, które ma wzmocnić i efektywnie wykorzystać gospodarczy i społeczny potencjał regionu dla rozwoju województwa.</p> <p>Najważniejszym efektem realizacji kampanii będzie, większy odsetek osób dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa podkarpackiego, większy odsetek mieszkańców województwa podkarpackiego uważających, że osobiście korzystają oni z FE.</p>
<b>5. Opis działania</b>	
<b>a) Skrótowy opis działania</b>	Czas trwania kampanii tak samo jak w latach ubiegłych - 3 miesiące. Kampania skupi się na dotarciu z informacją do mieszkańców województwa o dotychczasowych efektach wdrażania Funduszy Europejskich, a także kolportowana będzie informacja o trwających inwestycjach współfinansowanych z Funduszy Europejskich. W przekazie kampanii zafunkcjonuje przekaz o źródłach informacji o FE ze szczególnym uwzględnieniem strony internetowej RPO WP oraz Sieci PIFE funkcjonującej w regionie.
<b>b) Grupa docelowa</b>	<p>Kampania RPO WP 2014 – 2020 będzie kampanią wizerunkową, ukazującą tzw. „dobre praktyki” oraz podsumowującą perspektywę finansową. Zostanie skierowana do ogółu społeczeństwa. Ze względu na sposób dotarcia do określonych grup wiekowych można wyodrębnić dwie grupy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ogół społeczeństwa, zamieszkujący województwo podkarpackie w tym: osoby w wieku 35+, przedsiębiorcy, przedstawiciele instytucji, liderzy opinii publicznej, osoby aktywne, udzielające się na rzecz regionu,</li> <li>Młodzież zamieszkująca województwo podkarpackie w wieku 16 – 35 w tym: uczniowie, studenci, młodzież pracująca, młodzi przedsiębiorcy.</li> </ul>
<b>c) Zasięg terytorialny działania</b>	Województwo podkarpackie
<b>d) Narzędzia oraz szczegółowy budżet</b>	<p>Na działania w kampanii składają się:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Produkcja 4 różnych spotów, w tym: trzy w wersji 30 sekundowej oraz jednego w wersji do 120 sekund ukazujących RPO WP oraz Fundusze Europejskie, jako źródło pozytywnych zmian i korzyści płynących dla mieszkańców.</li> <li>Banery internetowe</li> <li>Artykuły prasowe</li> <li>Audycje radiowe</li> </ul> <p>Kanały dystrybucji:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>portale internetowe wraz z ich profilami w SM,</li> <li>telewizja regionalna - TVP Rzeszów</li> <li>banery na portalach internetowych</li> <li>Facebook, Instagram, YouTube</li> <li>Regionalne stacje radiowe</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prasa regionalna i lokalna</li> </ul>	
	<b>BUDŻET ŁĄCZNIE</b>	<b>650 000,00 PLN</b>
<b>e)</b> Termin realizacji	Termin realizacji kampanii 1 września- 30 listopada 2021	
<b>f)</b> Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	<p>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 zaproponowanym media planem.</p> <p>Na chwilę obecną nie można jednoznacznie określić, jakie wskaźniki zostaną użyte w przypadku narzędzi, które zostaną uwzględnione w postępowaniu przetargowym na realizację kampanii.</p>	
<b>6. Uzasadnienie działania</b>	<p>Podejmowane w ramach kampanii działania realizują cele: 1, 3 i 4.</p> <p>Ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami – IZ RPO planuje uwzględnić potrzeby osób z niepełnosprawnościami przy realizacji narzędzi kampanii (np. w przypadku audycji telewizyjnych zostanie zastosowana transkrypcja tekstowa lub tłumacz języka PJM).</p>	
	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu.</b></li> <li><b>2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji</b></li> <li><b>3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej</b></li> <li><b>4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej</b></li> <li><b>5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego</b></li> <li><b>6. Zasada uzupełniania się komunikatów</b></li> </ol>	<p><b><u>TAK/NIE</u></b></p> <p><b><u>TAK/NIE</u></b></p> <p><b><u>TAK/NIE</u></b></p> <p><b><u>TAK/NIE</u></b></p> <p><b><u>TAK/NIE</u></b></p> <p><b><u>TAK/NIE</u></b></p>
<b>7. Osoba do kontaktu</b>	<p>Imię i nazwisko: <b>Joanna Skrzypek</b></p> <p>Numer telefonu: <b>17 771 60 61</b></p> <p>Adres mailowy: <b>j.skrzypek@podkarpackie.pl</b></p>	